

**I. N. Rozina (Rostov-na-Donu) PROFESSIONAL COMMUNICATION IN  
RUSSIAN EDUCATION AND SCIENCE**

This article investigates the professional communication domain as an applied communication approach and business training area in Russia. Specifically, Russian research and education in organizational, business and professional communication as well as PR is compared with specific European and American traditions and trends. This article highlights in particular the efforts of the Russian Communication Association, a voluntary organization for collaboration and professional development to illuminate the continual social changes and new challenges facing contemporary Russian education in the humanities.

**И. Н. Розина (Ростов-на-Дону)**

**ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ КОММУНИКАЦИЯ  
В ОТЕЧЕСТВЕННОМ ОБРАЗОВАНИИ И НАУКЕ**

**Введение.** Значение дистанционных форм обучения в организации и осуществлении учебного процесса не вызывает сомнения. Конкуренция в сфере высшего образования страны делает особо актуальными вопросы внедрения новых способов обучения и, в частности, мультимедийных технологий. Использование в процессе обучения мультимедиа обусловлено следующими факторами.

В России исследования в области профессиональной (или бизнес-, деловой, организационной) коммуникации (англоязычные варианты: *Professional, Business, Organizational communication* или *culture*) (Адаир 2006; Глумаков 2009; Miller 1999; Shockley-Zalabak 1999;) являются сравнительно новым научным и образовательным направлением, напрямую связанным с теорией и практикой коммуникации (в западном варианте *Communication, Communication Study, Human Communication, Communication Theories*) (Основы... 2007: 481; West, Turner 2004: 237; Wood 2004: 20). Многие вопросы профессиональной коммуникации рассматриваются с точки зрения адаптации организации к общественным интересам как связи с общественностью (*Public Relations, PR*) (Маслова 2009; Саблина 2007; Newsom, Turk, Kruckeberg 2007), по которой во многих вузах готовят PR-специалистов.

Кроме того, интерес к этой области проявляют различные образовательные центры. Так, эффективность коммуникации является одной из самых популярных тем тренингов и консалтингов для малого и среднего бизнеса, представленных различными PR-агентствами (см., напр., Кобзева; Лакрисенко). Так, запрос в октябре 2009 года в поисковую систему ГУГЛ по ключевым словам «эффективная коммуникация» дает около 365 тыс. ссылок, в ЯНДЕКС – около 10 млн страниц, преимущественно предложений тренинго-консалтингового характера. Причем, если ранее подобные корпоративные семинары и курсы проходили в двух российских столицах и предлагались ими в регионы, то в последние годы предложения о подобном обучении распространяются из других городов России и стран ближнего зарубежья. И в том, и в другом случае их проводят вузовские или сертифицированные специали-

сты (см., напр., Куличковская; Солотова; Школа бизнеса ИММиФ). Развернулись, кроме того, онлайн- и оффлайн-консультации по проблемам эффективной коммуникации через Интернет – в форумах, блогах, через электронную почту (см., напр., Трус; Фарьевич).

### **Информационное обеспечение**

Обычно базовые учебные пособия по теории и практике коммуникации включают материалы по проблемам коммуникации в организациях или по особенностям организационной культуры (Викулова 2008: 183; Голуб 2006: 105; Саблина 2007: 60; Основы... 2007: 481; Эффективная... 2005; Dimpleby, Graeme 2007: 127; Ruben, Stewart 2006: 294; Vos, Schoemaker 2008: 197). В последнее время широко издаются научно-популярные или просветительские книги (напр., Непряхин 2007; Чернов 2008), в том числе в видео форматах (напр., Бердяга 2008).

Отметим, что в России вузовские учебные пособия по профессиональной коммуникации создаются специалистами традиционных научных областей, таких как, например, психология (Бороздина 2002; Руденко, Самыгин 2008), лингвистика (Митягина 2007; Павлова 2009), экономика (Голубкова 2003), иностранные языки (Дудина 2005), журналистика (Ворошилов 2009; Мандель 2009), что накладывает ограничение на подход к рассмотрению проблемы эффективности коммуникации преимущественно с позиций частных наук. Кроме того, имеют место специализированные учебные издания, направленные на определённые сферы деятельности или отдельные виды социальных сообществ, например, для ведения банковского дела (Конягина 2008), новаторской деятельности (Инновационный менеджмент 2009), этнопедагогике (Бондырева, Мурашов 2007), общественных организаций (Савруцкая, Кузнецова, Суханов 2002).

Несмотря на многообразие научных подходов или междисциплинарных оснований для этих изданий, профессиональная коммуникация в них рассматривается с точки зрения двух видов коммуникации – вербальной (письменно и устной) и невербальной в контексте осуществления внутренней и внешней профессиональной деятельности на рабочем месте (см., напр., Бороздина 2002; Павлова 2008; Яковлева 2006; Johnson-Sheehan 2005; Lannon 2003; Markel 1998). Кроме того, в методах обучения и исследований

профессиональной коммуникации наблюдается смешение педагогических приёмов, информационных технологий, риторических традиций, менеджерских функций, журналистских тактик и прочих подходов.

В западных традициях область профессиональной коммуникации с подходом, аналогичным отечественному (деловое общение), соотносится дисциплина *Technical communication* (Huckin, Olsen 1991; Johnson-Sheehan 2005; Lannon 2003; Markel 1998) – техническая коммуникация. Под этим видом коммуникации понимают широкий спектр навыков работы с техническими сообщениями различного характера (печатные и электронные документы, мультимедиа) – составление, редактирование, чтение, озвучивание, передача, хранение и проч. Отметим, что многие исследователи не склонны ограничивать профессиональную коммуникацию работой с сообщениями и реализацией эффективной деятельности на рабочем месте. Часто предмет и объект дисциплины расширяют включением в него задач формирования профессионального сообщества и социальной ответственности в масштабах профильной профессиональной деятельности (например, журналистики, PR, инженерии), а также решения глобальных проблем общества в целом, таких как экологические, экономические, политические (Савруцкая, Кузнецова, Суханов 2002: 163; Hartу 2005: 333; Newsom, Turk, Kruckeberg 2007: 147; Shockley-Zalabak 1999: 422; Vos, Schoemaker 2008: 223).

Анализ содержания отечественной литературы и русскоязычных интернет-источников показывает, что не так много учебных пособий и тренингов ориентируются на компетентное использование информационно-коммуникационных технологий (ИКТ) для достижения эффективности в современных способах опосредованной технологиями коммуникации (см., напр., Ворошилов 2009: 68; Киселев 2007; Руденко 2008: 383; Соммерсби; Холмогоров 2002). Отрадно, что появляются печатные и электронные публикации по обучению особенностям эффективной профессиональной коммуникации в педагогической и научной сфере (см., напр., Тесленко, Латынцев 2007). Важность сочетания научной и педагогической деятельности, дающего ощутимые результаты развития мастерства преподавателя, показана в ранних исследованиях З. Ф. Есаревой (1975: 32). Как отмечают ряд исследователей, современные ИКТ успешно способствуют такому эффективному осу-

ществлению обоих видов деятельности, например, в рамках виртуальных учебных и академических сообществ и проектов (Интернет-обучение... 2004; Мирская 2002; Розина 2005; Barnes 2003: 206).

### **Технологическое обеспечение**

Осуществление компьютерно-опосредованной коммуникации в организациях (Coates, Jaratt 1996; Thurlow, Lengel, Tomic 2004) характеризуется особенностями взаимодействия, отличающимися от традиционного. Эти особенности вызваны эволюционной заменой одной информационной или медиа-среды на другую (например, телевидение вместо иллюстрированных журналов и газет; радио и телевидение вместо новостных изданий; Интернет вместо радио, телевидения, журналов и газет) (Hirst, Harrison 2007). С середины 1990-х годов до современного времени медиасреду аналитически изучают с разных сторон (изначально период ожиданий, затем, в начале 2000-х – период разочарований). Исследования акцентируются на коммуникативных процессах, медиаформатах, контекстах, информационно-коммуникативном пространстве и технологиях его создания, формируемых продуктах, областях приложения и проч. (Lievrouw, Livingstone 2007). Среди особенностей опосредованной коммуникации выделяют различные характеристики, такие как анонимность и обезличенность, телесная непредставленность, специфичность самопрезентации, уравнивание статусов, неограниченная доступность контактов, размывание пространственно-временных границ, возможность архивирования текстов сообщений, ограниченность невербальных компонент, мультимедийное сопровождение текстов и проч. (Манеров 2006: 46; Barnes 2003: 272).

Чтобы в такой специфичной среде достичь эффективности коммуникации от её участников требуются умения и навыки, которые позволят подготовить электронные сообщения, способные повлиять на качество взаимодействия. К ним относятся скоропечатание, привлечение широкого спектра возможностей программ подготовки текстов, включение эмоциональных компонент сопровождения текстов и проч. Этот набор придает электронному сообщению не только информационные преимущества перед печатным (облегчённое понимание форматированных текстов, увеличение скорости подготовки сообщений и снижение трудоёмко-

сти этого процесса и проч.), но и предоставляет новые коммуникативные возможности, которые основаны на познавательных, самореализационных, самоутверждающих, аффилиативных и др. мотивах участников коммуникации (Арестова 2000).

Реализация этих возможностей опирается на различающееся, по сравнению с традиционной коммуникацией, применение языковой системы на фонетическом, морфологическом, лексическом и синтаксическом уровнях (включение в тексты характеристик звучащей речи – гибрид устно-письменной речи (Войскунский 1987)). К этому также относят применение специальных систем псевдографики (смайлики, эмограммы), ремарок, аббревиатур, акронимов (звуковых аббревиатур), аграмматики (намеренного искажения слов), видимо, появившихся по мере развития диалоговых систем коммуникации в Интернете (электронная почта, чат, пейджер, форум, блог).

Таким образом, налицо формирование нового вида коммуникации, опосредованной компьютерами (Горошко 2009), востребованной на профессиональном уровне взаимодействия, эффективность которой определяется *языковой, информационной, коммуникативной и технологической компетентностью* её участников. Достижение необходимого уровня компетентности профессорско-преподавательского состава в отечественном образовании и науке возможно при организации соответствующего обучения, формировании насыщенной образовательной информационно-коммуникационной среды и минимизации проблем «цифрового неравенства» (Весегга 2008; Carvin 2002).

### **Профессиональное развитие**

Способствуют профессиональному росту не только чтение специальной литературы и периодики (например, журналы *JOURNAL OF BUSINESS AND TECHNICAL COMMUNICATION*, *BUSINESS COMMUNICATION QUARTERLY*, *SCIENCE COMMUNICATION*, *IEEE TRANSACTIONS ON PROFESSIONAL COMMUNICATION*), но и участие в международных профессиональных сообществах. К ним можно отнести, например, *INTERNATIONAL ASSOCIATION OF BUSINESS COMMUNICATORS*, *SOCIETY OF PROFESSIONAL JOURNALISTS*, *NATIONAL COMMUNICATION ASSOCIATION (NCA)*, *INTERNATIONAL COMMUNICATION ASSOCIATION (ICA)*, *ASSOCIATION OF PROFESSIONAL COMMUNICATION*

CONSULTANTS, EUROPEAN PUBLIC RELATIONS RESEARCH AND EDUCATION ASSOCIATION (EUPRERA).

К сожалению, подобные формы волонтерской поддержки сообществ для целей развития своей профессиональной квалификации и сотрудничества (например, рецензирование заявок на конференции, рукописей для журналов, организация и участие в подготовке конференций, сбор и распространение профессиональной информации и проч.) очень слабо развиты в России (Стукач 2009). Поэтому продвижение инициатив по формированию профессиональных сообществ, подобных РОССИЙСКОЙ КОММУНИКАТИВНОЙ АССОЦИАЦИИ (РКА), объединяющей преподавателей и исследователей по коммуникативным предметным областям, идет слишком медленными темпами (Розина 2009). Тем не менее, активная деятельность отечественных профессиональных ассоциаций, таких как РКА (например, выпуск *Russian Journal of Communication* (с 2008 г.), книжный конкурс литературы по коммуникативным наукам и образованию (с 2006 г.), проведение конференций (*Коммуникация-2002, 2004, 2006, 2008; Оргком-2005, 2009*) и ежегодных секций на конференциях партнерских профессиональных ассоциаций (NCA, ICA, EUPRERA), распространение профессиональной информации (веб-сайт, списки рассылки, группы в социальных сетях), позволяет надеяться на постепенное изменение ситуации с формированием насыщенной среды профессионального взаимодействия в области теории и практики коммуникации и прикладных коммуникативных направлений.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Адаир Джон. Эффективная коммуникация. *Effective Communication*. М.: Эксмо, 2006. 320 с. (Серия: Искусство коммуникации).
2. Арестова О.Н. Мотивация пользователей Интернет // Гуманитарные исследования в Интернете / Под ред. А.Е. Войскунского. М.: Можайск-Терра, 2000. С.55–76.
3. Бердяга Е. Эффективная коммуникация с гостями в ресторане (DVD, CD-ROM). М.: Ресторанные ведомости ИД, 2008. 40 с.
4. Бороздина Г.В. Психология делового общения: Учебник. М.: ИНФРА-М, 2002. 295 с.
5. Викулова Л.Г. Основы теории коммуникации: практикум. М. АСТ: АСТ МОСКВА: Восток – Запад, 2008. 316 с.

6. Войсунский А.Е. Научная коммуникация в условиях автоматизации // Психологические проблемы автоматизации научно-исследовательских работ / Под ред. М.Г. Ярошевского, О.К. Тихомирова. М.: Наука, 1987. С.139–158.
7. Ворошилов В.В. Современная пресс-служба. М.: Кнорус, 2009. 224 с.
8. Глумаков В.Н. Организационное поведение: Учебное пособие. М.: Вузовский учебник, 2009. 352 с.
9. Голуб О.Ю., Тихонова С.В. Теория коммуникации: Учебное пособие. Саратов: Изд-во Саратов. гос. соц.-эк. ун-та, 2006. 116 с.
10. Голубкова Е.Н. Маркетинговые коммуникации: учебное пособие. М.: Финпресс, 2003. 304 с.
11. Горошко Е. И. К уточнению понятия «компьютерно-опосредованной коммуникация»: проблемы терминоведения // Образовательные технологии и общество, 12(2), 2009. с.445-454 [http://ifets.ieee.org/russian/depository/v12\\_i2/pdf/11.pdf](http://ifets.ieee.org/russian/depository/v12_i2/pdf/11.pdf)
12. Дудина И.А. Communicating for results = Результативная коммуникация: учебно-методическое пособие. Волгоград: Волгоградское научное изд-во, 2005. 136 с.
13. Есарева З. Ф. Взаимодействие в научной и педагогической деятельности преподавателя университета: Автореф. дис.... док. пед. наук. Л., 1975.
14. Инновационный менеджмент: учебник / под. ред. В.Я. Горфинкеля, Б.Н. Чернышева. М.: Вузовский учебник, 2009. 464 с.
15. Интернет-обучение: технологии педагогического дизайна / Под ред. М.В. Моисеевой. М.: Камерон, 2004. 216с.
16. Киселев А.А., Самаркина И.В. Интернет: модель и практика политического участия. Краснодар: Оттиск, 2007. 104 с.
17. Кобзева В. Эффективная коммуникация в деловом взаимодействии: Тренинг [Электронный документ] <http://www.kobzeva.ru/?a=pr-20>
18. Конягина М.Н. Методы корпоративного маркетинга в банковском деле. СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2008. 263 с.
19. Куличковская Е. Эффективная коммуникация: Психологический тренинг [Электронный документ] / Краснодарская краевая общественная организация «Гильдия журналистов и специалистов PR» <http://ngokuban.ru/node/273>



20. Лакрисенко О.И. Секретарь организации: кадровое дело-производство; деловой этикет; эффективная коммуникация [Эл. документ] <http://www.iprnpou.ru/program.php?idp=586>

21. Мандель Б.Р. PR: методы работы со средствами массовой информации: учеб. пособие. М.: Вузовский учебник, 2009. 205 с.

22. Манеров В.Х., Королева Н.Н., Богдановская И.М., Проект Ю.Л. Мирообразование и личностные феномены интернет-коммуникации: Монография. СПб.: Изд-во РГПУ им. А.И. Герцена, 2006. 191 с.

23. Маслова В.М. Связи с общественностью в управлении персоналом: Учебное пособие. М.: Вузовский учебник, 2009. 207 с.

24. Митягина В.А. Социокультурные характеристики коммуникативного действия. Волгоград: Изд-во ВолГУ, 2007. 356 с.

25. Мирская Е. Интернет и наука: технологии глобализации и российская реальность / Под ред. И. Семенова, Интернет и российское общество. М.: Карнеги центр, 2002. С. 211-234 (<http://www.carnegie.ru/ru/pubs/books/66490.htm>).

26. Непряхин Н.Ю. Гни свою линию: приемы эффективной коммуникации. М.: Альпина Бизнес Букс, 2007. 138 с.

27. Павлова Л.Г. Основы делового общения: учебное пособие / под. ред. Л.А. Введенской. Ростов-на-Дону: Феникс, 2009. 31 с.

28. Розина И.Н. Педагогическая компьютерно-опосредованная коммуникация: теория и практика. М.: Логос, 2005. 439 с.

29. Розина И.Н. Виртуальные исследовательские сообщества: От зарубежных моделей к отечественным примерам // Образовательные технологии и общество, 12(2), 2009. с.389-408 [http://ifets.ieee.org/russian/depository/v12\\_i2/pdf/7.pdf](http://ifets.ieee.org/russian/depository/v12_i2/pdf/7.pdf)

30. Руденко А.М., Самыгин С.И. Деловое общение. Ростов-на-Дону: Феникс, 2008. 413 с.

31. Саблина С.Г. Коммуникация и общественные связи: западные теории, методология, практика: Учебное пособие. Новосибирск: Изд-во НГУ, 2007. 228 с.

32. Савруцкая Е.П., Кузнецова Е.И., Суханов А.И. Коммуникационный менеджмент: учебное пособие. Н. Новгород: Изд-во НГЛУ им. Н. А. Добролюбова, 2002. 207 с.

33. Солотова О. Эффективная коммуникация в деловом взаимодействии [Электронный документ] // Казахстанский образовательный портал [http://www.kobra.kz/almaty\\_bussiness/s\\_obsheni.php](http://www.kobra.kz/almaty_bussiness/s_obsheni.php)

34. Соммерсби С. Коммуникация [Электронный документ] <http://www.djoen.ru/notebook/effektivnaya-email-kommunikaciya.html>

35. Стукач О.В. Дополнительные возможности членства в Институте IEEE [Электронный документ]// Образовательные технологии и общество, 12(3), 2009. с.444-448 [http://ifets.ieee.org/russian/depository/v12\\_i3/pdf/8r.pdf](http://ifets.ieee.org/russian/depository/v12_i3/pdf/8r.pdf)

36. Тесленко В.И., Латынцев С.В. Коммуникативная компетентность: формирование, развитие, оценивание: монография. Красноярск, 2007. 256 с.

37. Трусъ А. А. Эффективная коммуникация в "жестких" профессиональных сферах взаимодействия [Электронный документ] <http://www.iznutri.ru/node/657>

38. Фарьевич А. Три метода эффективной коммуникации [Электронный документ] <http://artemfaryevych.com/2008/10/20/3-metoda-effektivnoj-kommunikacii/>

39. Холмогоров В. Интернет-маркетинг. Краткий курс. СПб.: Питер, 2002. 272 с.

40. Чернов И.В. Современная практика делового общения: ключевые моменты. М.: Гросс-Медиа: РОСБУХ, 2008. 136 с.

41. Школа бизнеса, Институт менеджмента, маркетинга и финансов. Семинар «Эффективная коммуникация» [Эл. документ] [http://www.immf.ru/obrazovanie/school\\_of\\_bisness/effectcommunication](http://www.immf.ru/obrazovanie/school_of_bisness/effectcommunication)

42. Эффективная коммуникация. История, теория, практика. Словарь-справочник / Составители: М. Панов, Л. Тумина. Редактор: М. Панов. М.: Олимп, 2005. 960 с.

43. Яковлева Н.Ф. Деловое общение: учебное пособие к дистанционному курсу доп. проф. образ. программы "Менеджмент в образовании". Красноярск: Универс, 2006. 228 с.

44. Barnes S.B. Computer-mediated communication: human to human communication across the Internet. Pearson Education, Inc., 2003.

45. Becerra M. (2008). Information Society Policies: The Digital Divide after the World Summit // Communication and Cultural Policies in Europe / I. Fernandez Alonso, M. Moragas i Spa (Eds). Generaliat de Catalunya, Department de la Presidencia.

46. Carvin A. (2002) Mind the Gap: The Digital Divide as the Civil Rights Issue of the New Millennium// Living in the information age: a

new media / Ed. by Erik P. Bucy. Wadsworth / Tomson Learning. С.251-257.

47. Coates J.F., Jaratt J. Managing Effectively in the Emerging Electronic Communication Environment // Making Connections: Readings in Relational Communication / K.M. Galvin, P.J. Cooper. Roxbury Publishing Company, 1996. С.308-314.

48. Dimpleby R., Graeme B. More than words: an introduction to communication. Routledge, 2007.

49. Harty K.J. Strategies for Business and Technical Writing. Pearson Education, Inc., 2005.

50. Hirst M., Harrison J. Communication and new media: from broadcast to narrowcast. Oxford University press, 2007.

51. Huckin T., Olsen L. Technical writing and Professional Communication for nonnative speakers of English. McGraw Hill, Inc., 1991.

52. Johnson-Sheehan R. Technical Communication Today. Pearson Education, Inc., 2005.

53. Lennon J.M. Technical Communication. Longman, 2003

54. Lievrouw L.A., Livingstone S. Handbook of New Media. Social Shaping and Social Consequences of ICTs. Sage Publications, 2007.

55. Markel M. Technical Communication: Situations and Strategies. NY: St Martin's Press, 1998.

56. Miller K. Organizational Communication: approaches and processes. Wadsworth Publishing Company, 1999.

57. Newsom D., Turk J., Kruckeberg D. This is PR: The Realities of Public Relations. Thomson Wadsworth, 2007.

58. Ruben B.D., Stewart L.P. Communication and Human Behavior. Pearson, 2006.

59. Shockley-Zalabak P. Fundamentals of organizational communication: knowledge, sensitivity, skills, values. Longman, 1999.

60. Thurlow C., Lengel L., Tomic A. (2004). Computer-mediated communication: Social interaction and the Internet. Sage Publications.

61. Vos M., Schoemaker H. Integrated Communication: Concern, internal and marketing communication. Lemma Publishers, 2008

62. West R., Turner L. Introducing communication theory: analysis and application. NY: McGraw-Hill Companies, Inc., 2004.

63. Wood J.T. Communication theories in action. An introduction. Wadsworth, 2004.

Получено 11.10.2009

Розина, Ирина Николаевна – доктор педагогических наук, профессор кафедры Информационных технологий НОУ ВПО «Институт управления, бизнеса и права» (Ростов-на-Дону); Президент Российской коммуникативной ассоциации; rozina@iubip.ru