

УДК: 316.77: 159.9

КОММУНИКАЦИЯ И МОРАЛЬ: ДВА СОЦИАЛЬНЫХ ИНСТИТУТА В СТРУКТУРЕ ФОРМИРОВАНИЯ КОММУНИКАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ МОЛОДЕЖИ**О.О. Айвазян¹, А.А. Кукушкина², Р.Г. Барнадзе³**¹кандидат педагогических наук, доцент, заведующая кафедрой общественных коммуникаций, доцент кафедры управления в спорте и образовании;²исследователь, преподаватель-исследователь по направлению подготовки 39.06.01 Социологические науки, преподаватель кафедры гуманитарных дисциплин и спортивной режиссуры, преподаватель кафедры общественных коммуникаций, Кубанский государственный университет физической культуры, спорта и туризма, Россия, г. Краснодар,³специалист в сфере сервиса, Грузия, г. Тбилиси.e-mail: o.o.ayvazyan@mail.ru**Аннотация.**

Статья посвящена рассмотрению особенностей формирования коммуникативной культуры молодежи, с учетом основополагающих социальных институтов коммуникации и морали. Также авторы отмечают влияние современных технологий на развитие коммуникативных навыков и изменение форм взаимодействия в цифровой среде. Особое внимание уделяется роли семьи, образовательных учреждений, средств массовой информации и социальных сетей в процессе социализации молодежи. В статье анализируются ключевые аспекты формирования этических норм и правил общения, а также подчеркивается важность критического мышления и осознанного подхода к коммуникации для успешного функционирования в обществе. В заключении отмечаются некоторые практические рекомендации направленные на повышение эффективности коммуникативного взаимодействия. И указывается на то, что в основу данного процесса должны быть интегрированы два фундаментальных компонента: моральные нормы и этические принципы, которые являются ключевыми детерминантами социального поведения индивидов.

Ключевые слова: коммуникация и мораль, коммуникативное взаимодействие и компетентность, коммуникативная культура, молодежь и общество.

Введение. Коммуникация и мораль представляют собой фундаментальные социальные институты, играющие ключевую роль в процессе социализации и становления коммуникативной культуры молодого поколения. В контексте современного общества, где информационные потоки и этические нормы претерпевают динамические изменения, изучение взаимодействия этих институтов приобретает особую значимость.

Коммуникация как социальный институт функционирует на основе принципов обмена информацией, обеспечивая интеграцию индивидов в общественные структуры. В свою очередь, мораль регулирует поведение индивидов, формируя систему ценностей и норм, способствующих поддержанию социальной гармонии и порядка. Взаимодействие этих институтов оказывает комплексное влияние на формирование коммуникативной компетенции молодежи, определяя их способность к эффективному взаимодействию в различных социальных контекстах.

Коммуникация и мораль – это два социальных института, которые играют важную роль в формировании коммуникативной культуры молодёжи.

Коммуникация – это процесс обмена информацией, идеями, мнениями и эмоциями между людьми. Она включает в себя вербальные и невербальные формы общения, а также различные каналы передачи информации (речь, жесты, мимика, письменное общение и т. д.).

Изложение основного материала. В коммуникации создаются целые системы идей, верований, мифов, свойственных определенному сообществу и культуре.

«Коммуникация как общение, в результате которого происходит обмен информацией, играет важную роль в любой сфере человеческой жизни» [6, с. 278].

«Коммуникация – основа жизни человека. Успешное социальное, эмоциональное и интеллектуальное развитие невозможно без свободной коммуникации. Человек должен быть способен выразить свои мысли, чувства и желания легко, быстро и ясно, т.е. обладать коммуникативной компетентностью» [3, с. 125].

Мораль – это система норм и ценностей, регулирующих поведение людей в обществе. Она определяет, что считается правильным или неправильным, хорошим или плохим в поведении и действиях индивида, а это является важным элементом в структуре коммуникативной культуры молодежи.

Процесс формирования коммуникативной культуры молодежи происходит в условиях глобализованного информационного пространства, где цифровые технологии и социальные сети играют важную роль. При этом, следует также отметить особую значимость молодого поколения поскольку они являются носителями новых идей, технологий и энергии. Их взгляды и подходы могут внести свежий импульс в развитие общества и помочь адаптироваться к быстро меняющемуся миру. Так, например, один из величайших древнегреческих мыслителей Аристотель отмечал: «Все, кто размышлял об искусстве управления людьми, убеждены, что судьбы империй зависят от воспитания молодежи» [2; 5], указанная цитата особо подчеркивает роль молодых людей в становлении и успешном функционировании социокультурного общественного устройства, включая коммуникативную компетентность.

Коммуникативная компетентность включает в себя не только владение языковыми навыками, но и умение интерпретировать социальные сигналы, распознавать эмоциональные состояния других людей и адекватно реагировать на них. Моральные нормы, в свою очередь, задают рамки допустимого поведения, обеспечивая этическую основу для коммуникативных практик.

Коммуникативная компетентность заключается в способности задавать и разрешать коммуникативные задачи, которые включают определение целей коммуникации, оценивание определенных ситуаций, учет навыков оппонента, выбор целесообразных тактик коммуникативного взаимодействия, осмысление и трансформация собственной манеры коммуницирования. Помимо отмеченного, в систему задач коммуникативной компетентности входит реализация основополагающих функций процесса взаимодействия: установление и поддержание контакта с соблюдением нормативных аспектов речеизъяснения и поведения, что обуславливает необходимость освоения этно- и социально-психологических эталонов, стандартов, поведенческих стереотипов, овладение эффективной манерой и способом коммуникации. Формирование коммуникативной компетентности способствует становлению коммуникативной культуры молодежи [1, с. 21].

Коммуникативная культура личности – это коммуникативная компетентность, включающая знания, правила, обычаи, ценности, средства и виды осуществления процесса коммуникации и коммуникативный этикет, социально обусловленные традицией и нормами данного конкретного общества, в котором индивид живет и выполняет профессиональные функции [4, с. 68].

Коммуникативная культура молодежи представляет собой сложную систему норм, ценностей и поведенческих моделей, формирующих основу межличностного взаимодействия в данной социальной группе. В рамках данного исследования особое

внимание уделяется моральному аспекту коммуникативной культуры молодежи, который играет ключевую роль в определении качества и эффективности коммуникативных процессов.

Мораль, как фундаментальная категория, оказывает существенное влияние на формирование коммуникативных установок и стратегий молодежи. Она задает критерии оценки коммуникативных действий, определяет допустимые и недопустимые формы взаимодействия, а также формирует представления о социальной ответственности и этических нормах. В условиях глобализации и информатизации общества, когда молодежь сталкивается с разнообразными культурными и социальными вызовами, моральные ориентиры становятся особенно важными для обеспечения гармоничного и продуктивного общения.

Коммуникация, в свою очередь, является основным инструментом социализации и инкультурации молодежи. Она позволяет молодым людям не только усваивать существующие нормы и ценности, но и активно формировать собственные представления о мире, а также развивать навыки критического мышления и рефлексии. Таким образом, коммуникативная культура молодежи представляет собой динамическую систему, находящуюся в постоянном взаимодействии с моральными установками и коммуникативными практиками.

Исследования в данной области показывают, что моральный аспект коммуникативной культуры молодежи имеет значительное влияние на ее способность к конструктивному диалогу, эмпатии и взаимопониманию. Молодые люди, обладающие высоким уровнем моральной компетентности, более склонны к сотрудничеству, уважению к мнению других и проявлению толерантности. Это, в свою очередь, способствует формированию более гармоничного и устойчивого общества, основанного на принципах справедливости и взаимоуважения.

Однако следует отметить, что моральные нормы и ценности могут различаться в зависимости от культурных, социальных и исторических контекстов. Поэтому важно учитывать эти факторы при анализе коммуникативной культуры молодежи и разработке стратегий ее формирования и развития. Только комплексный подход, учитывающий, как моральные, так и коммуникативные аспекты, позволит создать эффективную систему воспитания и социализации молодежи, способной успешно функционировать в современном многообразном мире.

Коммуникация ведет к осуществлению эффективного обмена информацией и идеями между сторонами коммуникативного взаимодействия. Мораль, с другой стороны, является нравственными ценностями и нормами, которые регулируют поведение и принятие решений во время переговоров.

Эффективная коммуникация не может существовать без моральных принципов и ограничений. Мораль определяет границы и нормы поведения в деловых переговорах и влияет на принятие этических решений. Мораль включает в себя уважение к другим участникам переговоров. Моральные ценности помогают сторонам строить доверительные отношения и чувствовать себя увереннее в процессе переговоров. Кроме того, моральные ценности помогают сторонам ориентироваться на общие интересы и общую пользу, а не только на свои собственные выгоды. Это способствует поиску взаимовыгодных решений и повышает вероятность достижения согласия.

Когда стороны в процессе коммуникации придерживаются моральных принципов, они чувствуют себя увереннее, так как знают, что действуют в соответствии со своими ценностными установками. Указанное позволяет преодолеть сложности и непредвиденные ситуации во время коммуникации.

На основании проведенного анализа можно сформулировать ряд практических рекомендаций, направленных на повышение эффективности коммуникативного взаимодействия. В основу данного процесса должны быть интегрированы два

фундаментальных компонента: моральные нормы и этические принципы, которые являются ключевыми детерминантами социального поведения индивидов (Рисунок 1).

Мораль, как система норм и принципов, регламентирует поведение индивидов в контексте социальной среды, определяя границы допустимого и недопустимого. Нравственность, в свою очередь, представляет собой внутреннюю детерминанту, формирующую моральные ориентиры и направляющие поведенческие паттерны человека. Синергия этих двух компонентов способствует созданию конструктивного и уважительного диалога, который является необходимым условием для достижения успешных коммуникативных результатов.

Интеграция этических и моральных норм в коммуникативный процесс существенно повышает его продуктивность и способствует формированию гармоничных и эффективных межличностных отношений. Этот аспект имеет критическое значение для обеспечения устойчивости и продуктивности социальных взаимодействий. В контексте современной теории коммуникации, внедрение этических норм и моральных стандартов в дискурсивную практику оптимизирует процесс обмена информацией, минимизируя когнитивные искажения и потенциальные конфликты. Это, в свою очередь, способствует укреплению доверия между участниками коммуникации и повышению общей эффективности взаимодействия. Итак, этическое измерение коммуникации является ключевым фактором в формировании социально-когнитивной среды, которая способствует устойчивому развитию общества.



Рисунок 1. Практические рекомендации, направленные на повышение эффективности коммуникативного взаимодействия

Прозрачность в отношениях и готовность решать возникающие споры мирным путем помогают укрепить доверие и создать стабильные деловые связи.

Кроме того, важно помнить, что репутация надежного и честного партнера играет большую роль. В современном мире, где конкуренция становится все более жесткой, репутация играет огромную роль в ее успехе. Быть надежным и честным – это не просто пустые слова, а основа долгосрочных и взаимовыгодных отношений.

Коммуникация и моральные нормы представляют собой взаимодополняющие элементы в структуре формирования коммуникативной культуры. Коммуникативный процесс обеспечивает механизмы передачи информации и выражения интересов участников, в то время как моральные нормы устанавливают этические стандарты и ориентиры для поведения. Интеграция данных социальных институтов позволяет создать благоприятную среду для развития продуктивных и справедливых отношений, способствующих устойчивому развитию бизнеса.

Выводы и заключение. Таким образом, коммуникация, безусловно, является ключевым инструментом в построении деловых отношений. Однако, не менее важным аспектом является наличие моральных ориентиров, определяющих этическое поведение участников коммуникативного взаимодействия. Этические стандарты способствуют формированию честного и справедливого взаимодействия между партнерами, что, в свою очередь, повышает эффективность и устойчивость деловых отношений и повышает уровень коммуникативной культуры молодых людей, задействованных в процесс коммуникации.

Список цитированной литературы:

1. Айвазян О.О., Кукушкина А.А., Барнадзе Р.Г. Особенности структуры коммуникационного акта в процессе коммуникативного взаимодействия как фактора формирования коммуникативной культуры молодежи // GESJ: Education Science and Psychology 2024. – No.3(72). – С. 20-26.
2. Айвазян О.О., Кукушкина А.А., Хуан Ц. Коммуникативно-речевая агрессия молодежи как прецедент правонарушений в условиях социокультурной реальности // Интегрированные коммуникации в спорте и туризме: образование, тенденции, международный опыт. – 2024. – № 1. – С. 24-28.
3. Айвазян, О.О. Коммуникация и речь // Вестник Адыгейского государственного университета. Сер. Педагогика и психология. – 2012. – Вып. 3 (103). – С. 125-129.
4. Айвазян, О.О., Кукушкина, А.А., Барнадзе, Р.Г. Коммуникативная культура молодежи в современном поликультурном пространстве: толкование, проблемы функционирования и результаты опроса // GESJ: Education Science and Psychology. – 2022. – No.4(64). – pp. 67-72.
5. Аристотель, Кант, Декарт: Вся великая философия в одной книге [Электронный ресурс] // Серия: Исключительная книга мудрости. – М.: АСТ, 2018. – 224 с. – URL: <https://www.labirint.ru/books/640779/> (дата обращения: 10.11.2025).
6. Супрун, С.В. Деловая коммуникация в вузах физкультурно-спортивной направленности // Интегрированные коммуникации в спорте и туризме: образование, тенденции, международный опыт. Материалы конференции. – 2019. – Т. 1. – С. 278-280.

Article received 2025-11-27