

УДК 316.7

A.A. Пьянов

Формы академической коммуникации в цифровой культуре

Аннотация:

Цифровая культура существенным образом изменила формы и способы коммуникации в современном обществе, в том числе и в сфере научных исследований. В статье рассматривается типология форм академической коммуникации, которая существует в условиях цифровой культуры технического вуза. Проанализированы существующие форматы научной коммуникации, интерактивные виды общения между преподавателями и студентами. Сделан выводы о культурной вовлеченности студентов, определены причины падения интереса студентов к коммуникации и их связь с культурным аспектом.

Ключевые слова: академическая коммуникация, цифровая культура, типология академической коммуникации.

Об авторе: Алексей Алексеевич Пьянов, МГТУ им. Н. Э. Баумана, студент кафедры социологии и культурологии, эл. почта: alex20026@mail.ru

Научный руководитель: Багдасарьян Надежда Гегамовна, МГТУ им. Н. Э. Баумана, доктор философских наук, профессор кафедры социологии и культурологии; эл. почта: ngbagda@mail.ru

Современные технологии кардинально поменяли стиль академической коммуникации. Ученые со всего света могут работать сообща для решения поставленных перед человечеством проблем. Все больше возможностей открывается для распространения новых исследований, проведения международных конференций и привлечения внимания к новым областям науки. Сфера образования традиционно выступает основным столпом научного развития, поэтому изучение коммуникации в академической области становится крайне важным вопросом социальной науки. В рамках

статьи сделаем попытку создания типологии форм академической коммуникации в цифровой культуре.

Термин «цифровая культура» используется в узком и широком смысле. В узком смысле – это поведение человека в современном информационном пространстве, аналогично поведению человека в традиционной среде обитания. В широком смысле, признаком цифровой культуры выступает видение контекста цифровой трансформации. Здесь информационная (цифровая) культура рассматривается как компонент общей духовной культуры человека, присущей ему на всех исторических этапах цивилизационного развития и связанная с цифровой средой обитания и поведением человека в цифровой среде [1].

Коммуникация же (в нашей работе синоним понятия «общение») – это универсальная форма (способ) взаимоотношений людей, которая одновременно выступает и как процесс взаимодействия индивидов, и как информационный процесс, и как отношение людей друг к другу, и как процесс взаимовлияния друг на друга, и как процесс сопереживания и взаимного понимания друг друга [2]. Субъектами академической коммуникации выступают академики, ученые, исследователи, преподаватели, и студенты. Каждая рассматриваемая категория имеет свой взгляд на цифровую культуру, что необходимо учитывать при дальнейшем проведении эмпирического исследования [3]. Таким образом, культура, в частности, цифровая культура как неотъемлемая часть коммуникации, выступает ее драйвером, обеспечивающим взаимопонимание сторон за счет общего опыта и установок.

Цифровая культура становится основным компонентом духовной культуры человека, поэтому ее рассмотрение в рамках коммуникации необходимо для поиска решения коммуникативных проблем и противоречий, среди которых: социальный барьер в коммуникации вуза со студентами и абитуриентами, культурный кризис из-за невозможности адекватной оценки знаний и квалификации индивидов, нерезультативное взаимодействие структурных компонентов образовательного пространства, универсализация роли преподавателя [4].

В рамках статьи мы аккумулируем в понятии академической коммуникации все формы взаимодействия преподавателей со студентами. Цифровая культура – современный этап развития культуры, обусловленный повсеместным использованием информационных технологий. Типологизация академической коммуникации в цифровой среде состоит в

выявлении и структурировании форм взаимодействия преподавателей и студентов, выражаемых в создании и передаче культурного опыта при помощи или посредством современных информационных технологий. Формирование цифровой культуры вызвано рядом факторов, которые обуславливают связанные с ней проблемы. Особенно насущными, на наш взгляд, выступают:

- Становление цивилизации потребления – совокупности общественных отношений, организованных на основе индивидуального потребления. Этот процесс разрушает мотивационные системы человека, структуры его потребностей приводят к невозможности достижения социально значимых результатов деятельности, к утрате потребности в творческом созидании и в эмпатии. В этом смысле капиталистические отношения направлены на максимизацию прибыли, тем самым вытесняя духовную сферу на второй план.
- Рост влияния социальных сетей и интернет-сервисов. Современная цифровая культура начинает навязывать определенное экономическое, социальное и культурное поведение. В этом случае глобализация выступает основным проводником информации, обеспечивая международное сотрудничество. Так, поведение личности во многом обуславливается не личными потребностями, а внешними источниками, что имеет решающее значение в изучении проблем современной коммуникации.
- Цифровая трансформация – перекладывание мысленных операций человека на компьютерные устройства. Проведение простейших арифметических подсчетов при помощи калькулятора, поиск информации в браузере (вместо книг), автоматическое построение маршрута в приложении-навигаторе, компьютерное исправление орфографических ошибок – это лишь малая часть функций, которые отбирают у современного человека потребность думать. Таким образом, деградация естественного интеллекта становится реальной проблемой, которая с каждым годом лишь усугубляется.
- Цифровой стиль жизни, определяющийся пятью основными постулатами: 1) свободой индивида от определенного местоположения, 2) постоянной реорганизацией времени (например, перенос встречи), 3) стратегическим планированием с целью продуктивного использования всего времени, 4) появлением технологического бессознательного (новые формы социального присутствия и отсутствия), 5) превращением цифровой техники в человеческую необходимость для обеспечения автономии и выражения эмоций. Перечисленные постулаты вызывают множество новых практик и в

аудиторном, и во внеаудиторном общении. Например, классические методы конспектирования уступают свое место электронным записям или фотографиям, что ставит перед преподавателями новые требования в неклассической подаче материала [5].

- Повсеместная обезличенность. Интернет, в отличие от реальности, дает возможность создавать анонимный профиль, что определяет потерю личной ответственности, так как за оскорблении, фальшивую информацию и несоблюдение каких-либо правил не следует наказаний и осуждения. Интернет стал настоящим рассадником «фейков», вирусов и некомпетентных мнений. Как следствие, качество информационных потоков (выражаемые в передаче качественной и проверенной информации) деградирует, ставя под сомнение само использование всемерной сети для образования.

- Повышение скорости передачи информации. Несмотря на возможность получить наибольшее количество знаний за кратчайшее время, этот процесс вызывает множество сомнений. Во-первых, качество информации в интернете находится на крайне низком уровне. Во-вторых, запоминание основывается на многократном повторении, что при стремительном информационном потоке невозможно. В-третьих, калейдоскоп новой информации оказывает сильнейшее влияние на человеческую психику, вызывая постоянный стресс [1].

Перечисленные факторы определяют горизонт дальнейшей работы, ставя перед нами следующие цели субъектов академической коммуникации для проведения анализа: создание цифрового образа, передача информации через онлайн-сервисы, международный обмен опытом, восприятие цифровой и классической культуры, очное и заочное обучение. Приведенные области отчетливо выражаются в академической коммуникации и проявляются в различных формах.

Для большей системности разделим академическую коммуникацию на два типа: онлайн-общение и офлайн-общение. Так, формы академической коммуникации могут быть представлены в виде следующей таблицы:

Таблица 1. Формы академической коммуникации в цифровой культуре

Тип коммуникации	Цель коммуникации	Форма коммуникации
Онлайн-общение	Использование цифровых технологий дистанционном	Онлайн-курсы
		Видео-конференции
		Онлайн-тестирования

обучении	Создание цифрового образа	Отзывы и новости
		Цифровые портфолио
		Стиль онлайн-общения
		Цифровой след
		Публикации в интернет-изданиях
Участие международном обмене опытом	в	Профили и публикации в соцсетях
		Использование информационных материалов из иностранных источников
		Международные конференции
		Общение с иностранными учеными
		Онлайн-обучение иностранным языкам
Передача информации через интернет-сервисы		Интернет-сайты
		Мессенджеры
		Соцсети
		Электронная почта
		Онлайн-анкетирование
Офлайн-общение	Посещение культурных мероприятий с использованием цифровых технологий	ВидеоВидео-инсталляции
		Выставки с использованием цифровых технологий
		Пост-интернет искусство
		Кинопоказы
		Поиск информации в цифровой среде
		Оценивание в цифровых системах
		Геймификация

Приведенная структура показывает, что цифровая культура, несмотря на распространенное мнение, не ограничивается лишь областью искусства. Она представляет многообразные практики, выражающиеся в следующих сферах:

- художественная сфера (в виде техно-художественных гибридных образований, таких как пост-цифровое искусство, видео инсталляции);
- научная сфера (цифровые науки, контекстная эпистемология);
- образовательная сфера (Art- & -Science, геймификация) [6].

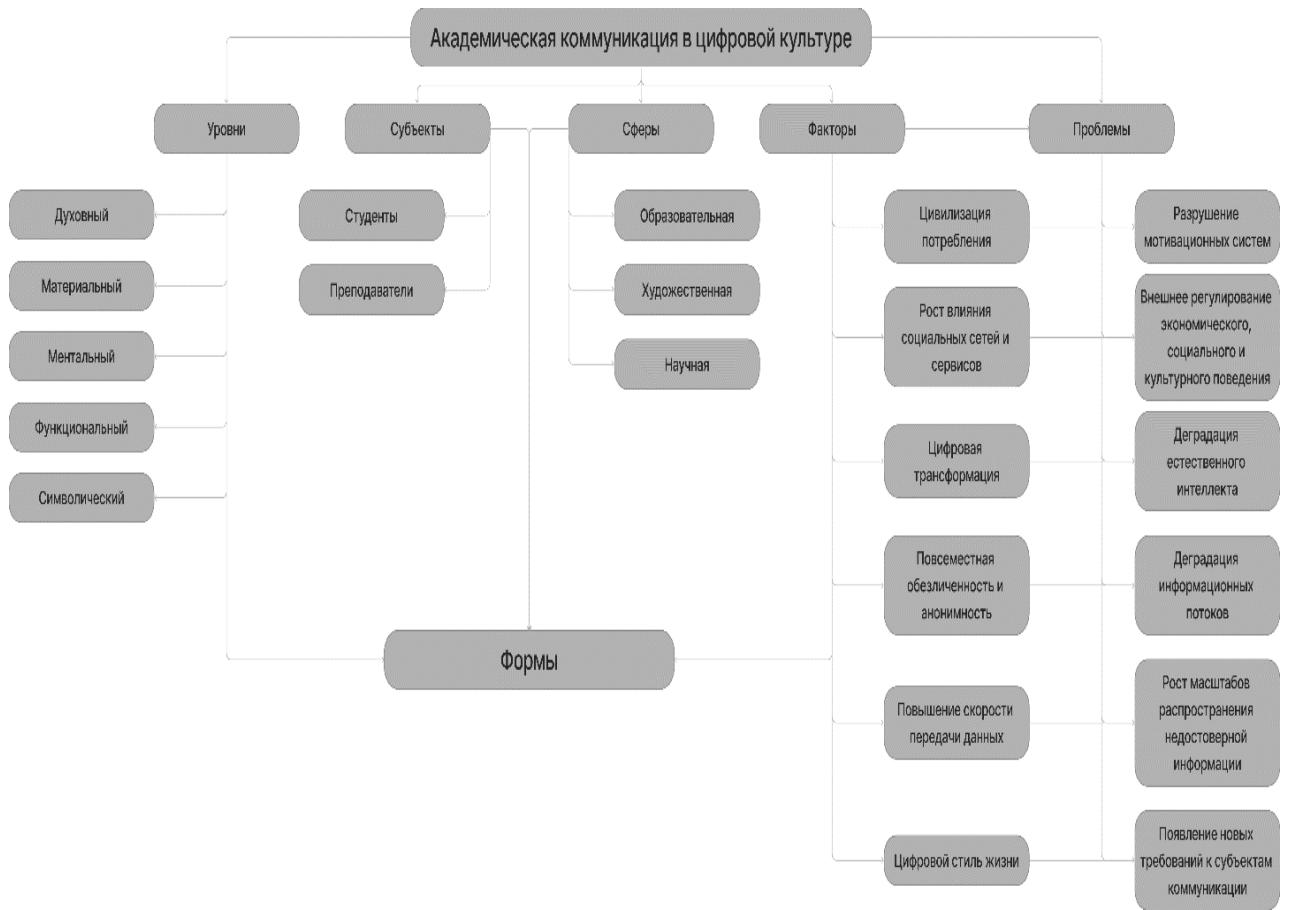
Так, перечисленные области в совокупности формируют коммуникативные практики каждого индивида, сопровождают его в каждой деятельности. В итоге культурный опыт субъекта коммуникации можно рассматривать на 5 уровнях:

- материалный уровень (сами цифровые устройства);
- функциональный уровень (социальные институты, реализующие коммуникацию);
- символический уровень (язык программирования; символы, выражаемые в рамках культурных объектов);

- ментальный уровень (привычки работы с цифровыми устройствами и информацией, которые являются отражением личностных установок и ценностей);
- духовный уровень (принципы формирования и поддержки духовных ценностей в национальном, межнациональном этническом и локальном контекстах) [7].

Таким образом, академическую коммуникацию в цифровой культуре можно отобразить в виде модели:

Рисунок 1. Модель академической коммуникации в цифровой культуре



Предложенная модель требуется для описания форм академической коммуникации в рамках цифровой культуры. Так, мы сможем определить, на каком уровне культурного опыта субъекта коммуникации находится каждая форма общения, проследить ее направление (например, от преподавателя к студенту), выявить область применения и описать обуславливающие их факторы с сопутствующими проблемами. Для проведения дальнейшего эмпирического исследования требуется определение показателей и соответствующих им индикаторов, которые позволят раскрыть сценарии взаимодействия субъектов академической коммуникации в цифровой культуре. За основу анализа эмпирического объекта возьмем следующую концептуальную модель.

**Таблица 2. Соответствие характеристик форм академической коммуникации
в цифровой культуре и их индикаторов**

Характеристика (показатель)	Индикатор
Уровень	Цель коммуникации
	Уровень формализации
Направление	Роль реципиента
	Роль коммуникатора
	Порядок отношений между реципиентом и коммуникатором
Область	Специфика информации
	Основная функция (создание нового знания или передача)
Факторы	Уровень обезличенности
	Скорость передачи информации
	Степень вовлеченности
	Роль интернета и цифровых технологий
	Мотивация

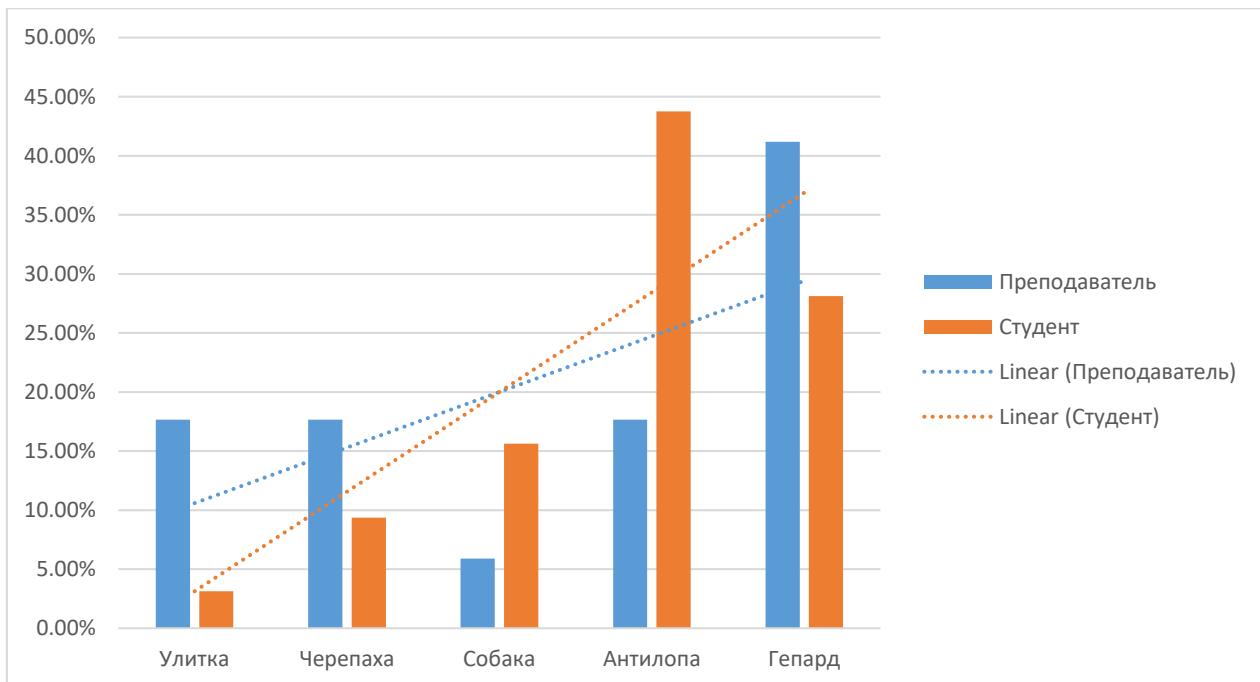
В рамках исследования был проведен геймифицированный Интернет-опрос.

Отличительной особенностью анкеты стало представление респондента в роли жителя города зверей под названием «Зверополис». Так, заинтересованность в прохождении анкеты стала выше, а искренность респондентов обеспечивалась за счет обхода психологической защиты при погружении в сказочный сеттинг. Единицей наблюдения стали студенты и преподаватели московских технических вузов. Анкетирование проводилось путем интернет-опроса через сервис Google.Forms. Отдельное внимание было уделено вопросам об онлайн-коммуникации, ставшей в наши дни одной из основных частей высшего образования [8]. Выборка составила 205 человек (152 студента и 53 преподавателя). Анкетирование проводилось на протяжении марта-апреля 2023 года.

Одним из основополагающих аспектов коммуникации выступает ее скорость – время, необходимое для передачи информационной единицы. В современном мире этот критерий выходит на передний план, так как информация стала важнейшим социальным и экономическим ресурсом. Образовательный процесс, в свою очередь, с каждым годом

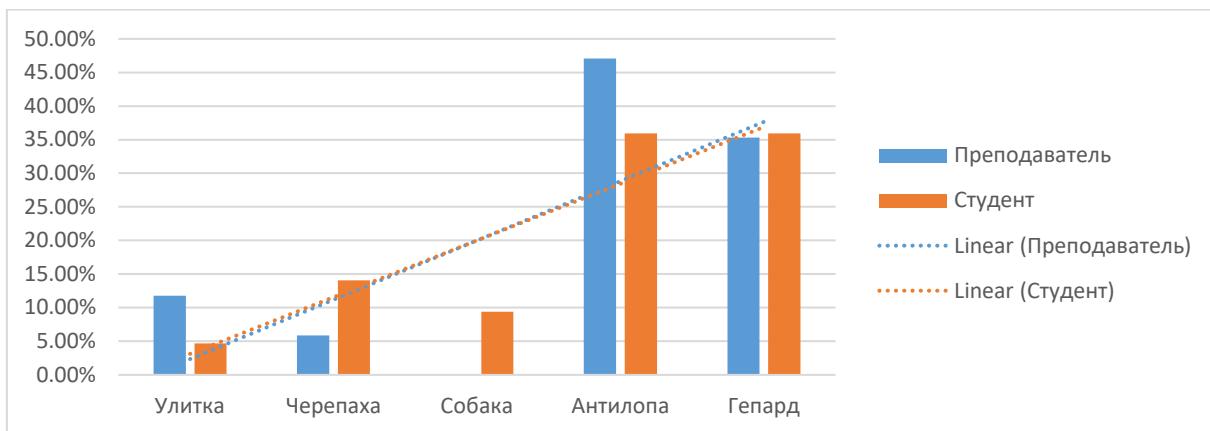
ускоряется – появляются новые сервисы и способы общения, которые непрерывно соревнуются друг с другом в быстроте и удобстве [9]. Рассмотрим данные, полученные в ходе эмпирического исследования в ретроспективе: начиная от классического личного общения и заканчивая самыми инновационными мессенджерами. Личное общение остается самым древним и в то же время наиболее надежным способом передачи информации. Мнения студентов и преподавателей о скорости личного общения представлены на рисунке 2 (улитка – наименьшая скорость общения, гепард – наивысшая скорость общения).

Рисунок 2. Скорость общения в личной встрече



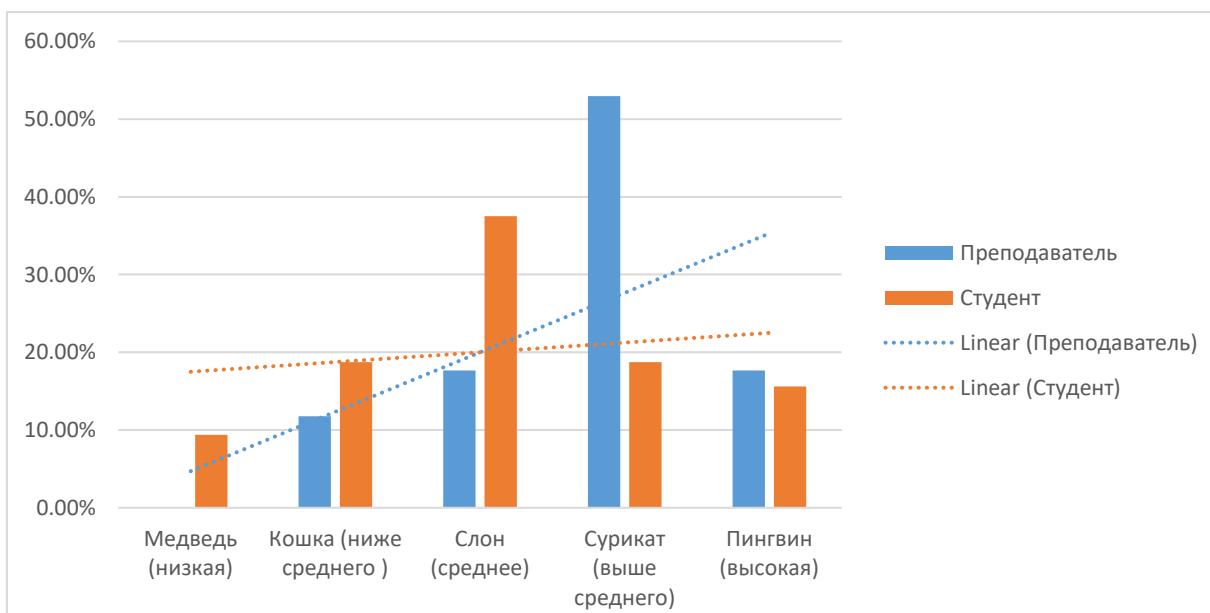
Приведенные результаты показывают достаточно высокое мнение и у студентов, и у преподавателей о скорости личного общения. Однако имеется кластер педагогов (34%), отмечающих низкую и крайне низкую скорость общения. Этот факт определяется возрастом преподавателя, что делает дорогу до встречи неприятной и утомительной. При этом можно заметить, что студенты в большем количестве не дают максимальную оценку (43%), что может быть связано с отставанием личного общения от коммуникации в мессенджерах, которые обеспечивают практически мгновенную связь. Данные об ответах на вопрос о коммуникации в мессенджерах представлены на рисунке 3.

Рисунок 3. Скорость общения при помощи мессенджеров



В этом случае мнения сходятся полностью, что видно по линиям тренда, слившихся воедино. Приведенная диаграмма показывает, что мессенджеры в современном мире стали самым быстрым способом передачи информации в образовательном процессе. Именно мессенджеры становятся локомотивом коммуникации в практическом плане, обеспечивая максимально беспрепятственное и скоростное общение. С другой стороны, обезличенность и безэмоциональность сервисов показывает снижение потребности в общении современного человека, что подтверждается данными, представленными на рисунке 4.

Рисунок 4. Потребность в общении



Потребность общения преподавателей находится на достаточно высоком уровне, а максимально низкой оценки не дает ни один респондент данной группы. Иначе ситуация обстоит с ответами студентов: линия тренда практически горизонтальна, что

свидетельствует о средней потребности в общении. Действительно, большинство обучающихся выбрало средний вариант ответа (38%), доказывая гипотезу, выдвинутую ранее. Продолжая приведенное размышление стоит перейти к рисунку 5 (мышка – наименьшая уверенность в себе, лев – наибольшая), чтобы понять причины снижения заинтересованности в коммуникации.

Рисунок 5. Позиция в общении с друзьями

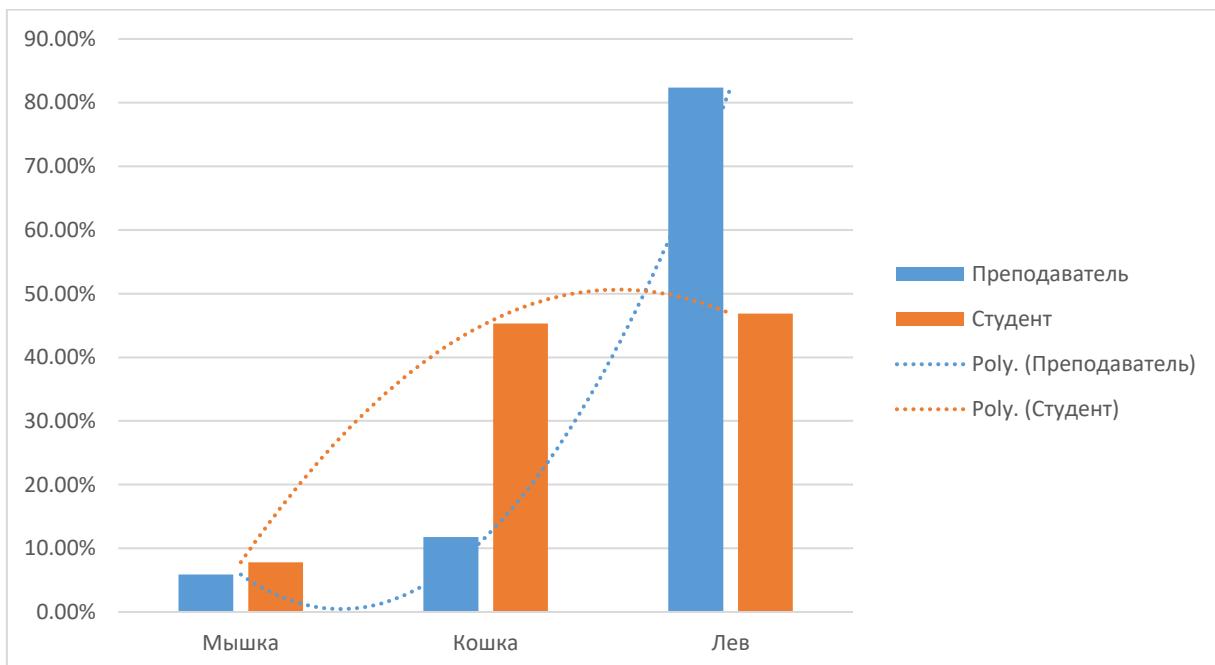
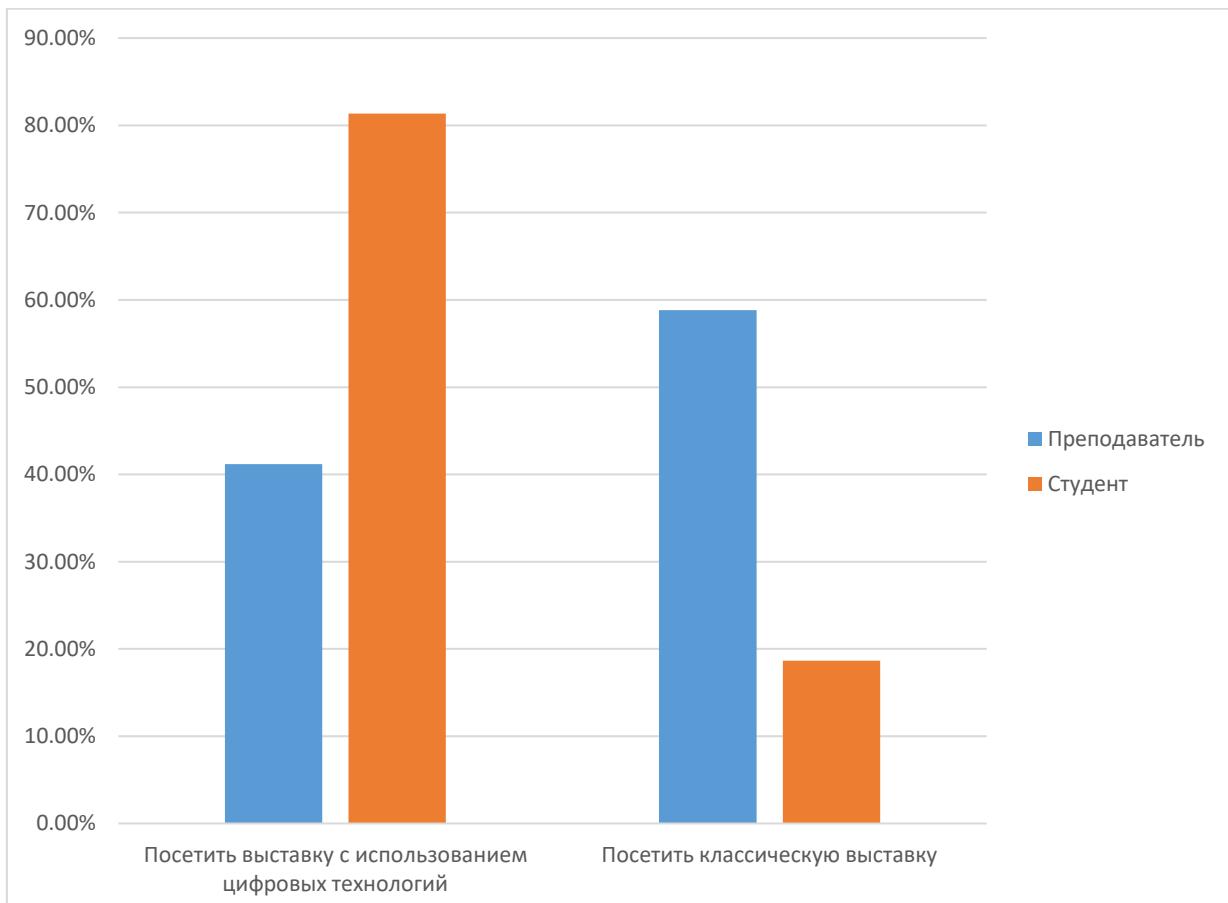


График наглядно иллюстрирует упадок неформальной коммуникации у современной молодежи. Если преподаватели чувствуют себя в общении со сверстниками уверенно, сравнивая себя со львом (82%), то студенты дают более сдержанные ответы, обличая недостаточные коммуникативные навыки и, в некотором плане, низкую самооценку. Так, дружеское общение и само понятие дружбы теряется среди пространства социальных сетей и интернета, перетекая в неосознаваемые формы симулякров, описанных Ж. Бодрийяром [10].

Обращаясь к повсеместному переходу в киберпространство, невозможно пройти мимо цифровизации культуры, являющейся неотъемлемой частью коммуникации. Распределение ответов на рисунке 6 подтверждает вышесказанное и дает нам еще больше оснований для подтверждения высказанной позиции.

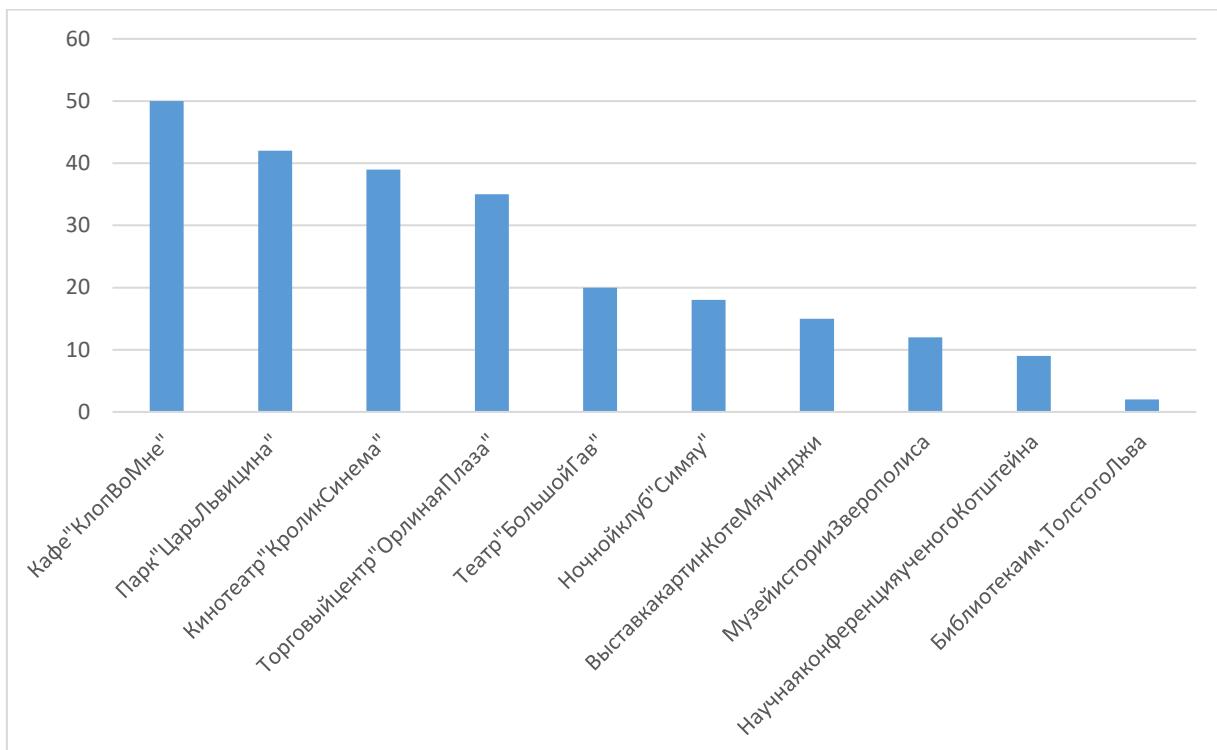
Рисунок 6. Предпочтения в выборе между классическим и цифровым искусством



На графике отчетливо прослеживается смещение фокуса внимания молодежи от классического искусства к цифровому. Содержание и смысл выставки отходит в глазах студентов на второй план, уступая место внешней оболочке и удобству восприятия. Преподавали же более равнодушно относятся к современным технологиям, при этом признавая их положительные проявления (инклюзивность и общее удобство).

Стоит обратить внимание на выбор досуга, который красноречиво говорит об изменении ценностей молодежи в современной эпохе. Ответы на вопрос о предпочтаемых местах посещения даны на рисунке 7 (названия мест были придуманы для сохранения антуража сказочного мира).

Рис. 7. Предпочтения студентов в выборе досуга



На вершине рейтинга расположилась классическая утилитарная потребность в еде (50%), что в совокупности с концепцией геймифицированного опроса (респондент помещен в неизведанный мир) показывает отсутствие какого-либо желания к культурному развитию и постижению нового. Оставшиеся 3 лидера также крайне типичны для современного человека и лишь подтверждают мнение о культурной незаинтересованности. В то же время последние 3 места занимает музей (11%), научная конференция (9%) и библиотека (2%), что свидетельствует о равнодушии к получению новых знаний.

Таким образом, изучение отношения студентов и преподавателей к скорости общения различными способами привело нас к ключевой проблеме снижения потребности молодежи как в формальном, так и в неформальном общении. Дальнейший анализ определил причины описываемого феномена: отсутствие должных навыков коммуникации и низкую самооценку студентов. Продолжая работу, мы пришли к культурным истокам проблемы, показав на наглядных примерах трансформацию культуры в цифровом пространстве и общую незаинтересованность студентов. Мы уверены, что проблемы коммуникации в академическом пространстве требуют дальнейшего изучения и более подробного рассмотрения через призму культуры и ее

восприятия. На наш взгляд, именно в культуре и ее проявлениях можно найти ответы на многие вопросы. В частности, культурное просвещение может помочь повысить успешность общения в рамках высшего образования.

Библиографический список:

1. Паньшин Б. Н. Факторы актуальности и понятие цифровой культуры // Тенденции экономического развития в XXI веке: материалы II Международной научной конференции, Минск,. 2020. С. 574-578.
2. Парыгин Б. Д. Основы социально-психологической теории. М.: Изд. Мысль. 1971. 178 с.
3. Гагарина И. Ю. Виртуальная академическая мобильность в высшем образовании / И. Ю. Гагарина, О. М. Куликова, И. И. Лисович // Вестник РГГУ. Серия: Литературоведение. Языкоznание. Культурология. 2021. № 9-2. С. 290-306.
4. Сайкин Е. А. Проблема эффективности коммуникаций вузов в образовательном пространстве Сибири // Сибирский педагогический журнал. 2015. №3. С. 83-87.
5. Лехциер В. Л. Цифровой стиль жизни и академические коммуникации в аудитории: проблема вовлеченности // Вестник Самарской гуманитарной академии. Серия: Философия. Филология. 2015. №2. С. 38-54.
6. Елькина Е. Е. Цифровая культура: понятие, модели и практики // Информационное общество: образование, наука, культура и технологии будущего. 2018. №2. С. 195-203.
7. Захаров М. Ю. Цифровая культура - исторический этап развития информационной культуры общества / М. Ю. Захаров, И. Е. Старовойтова, А. В. Шишкова // Вестник ГУУ. 2020. №5. С. 200-205.
8. Рубаева В. П. О проблемах формирования коммуникативной компетентности студентов вузов / В. П. Рубаева, Л. М. Делиева, И. Э. Тедтов // Sciences of Europe. 2018. № 28-4 (28). С. 50-52
9. Курьян М. Л. Общение студентов и преподавателей вне аудитории: теоретический обзор зарубежных исследований / М. Л. Курьян, Е. А. Воронина // Педагогика и психология образования. 2020. № 1. С. 219–237.
10. Бодрийяр Ж. Симулякры и симуляции. М.: Изд. дом «Постум». 2015. 322 с.

Pyanova A.A. Forms of academic communication in digital culture

Digital culture has significantly changed the forms and methods of communication in modern society, including in the field of scientific research. The article discusses the typology of forms of academic communication that exists in the digital culture of a technical university. The authors of the study analyze the existing formats of scientific communication, including traditional and new ones, on the Internet and social networks, as well as interactive types of communication between teachers and students. After analyzing the data, the authors draw conclusions about the cultural involvement of students and find the reasons for the decline in students' interest in communication and their connection with the cultural aspect.

Keywords: academic communication, digital culture, typology of academic communication.