

УДК 316.472.45

Т. В. Бычкова,

факультет психологии и педагогики,

Омский государственный педагогический университет

Научный руководитель: канд. пед. наук Л. Н. Казимирская

Формирование культуры общения студентов колледжа с помощью ресурсов сети Интернет

Аннотация. В статье рассматривается понятие культуры общения, ее возрастающая актуальность с развитием неформальной коммуникации в сети Интернет. Проводится исследование уровня культуры общения студентов колледжа, в частности, культуры общения в сети Интернет. Анализируется влияние интернет-ресурсов на культуру общения.

Ключевые слова: культура общения, интернет-коммуникация, социальные сети, коммуникативная компетентность, самоконтроль в общении.

Активное пользование интернетом стало важной характеристикой современного общества и молодежи, в частности, студенчества. Сегодня невозможно представить студента, в жизни которого отсутствует интернет.

Интернет как феномен современного общества всё больше и больше вызывает интерес у исследователей. Ученые рассматривают возможности общения в сети, интернет-коммуникацию и ее формы. Темы их работ разнообразны: интернет как средство социальной коммуникации, влияние интернета на коммуникативную культуру, особенности интернет-коммуникации, этикет и сетикет, коммуникативная культура и культура общения человека в целом (Т. Ж. Бальжирова, Т. М. Дубина, Ш. Ш. Негматова, Е. А. Путилова, И. Н. Розина, Е. В. Удовенко, Н. Н. Шаховалов и др.).

Мировая компьютерная сеть обладает большим коммуникативным потенциалом, порождает особые нормы культуры общения. На просторах интернета, в том числе в социальных сетях, к сожалению, всё чаще встречаются неграмотная речь, ненормативная лексика, использование заимствованных слов из жаргона, несоблюдение принятых в обществе моральных и этических норм. На этом фоне возникают трудности в межличностном общении, проблемы в коммуникации и взаимодействии у студентов с аудиторией. Конструктивное деловое общение, обмен информацией в рамках моральных и этических норм — необходимые составляющие профессионала. Именно поэтому так важна роль культуры общения в среде представителей молодого поколения, настроенных на получение образования.

Обратимся к определению понятия «культура общения».

О. В. Севрюгина дает такое определение: «Культура общения — неизменный атрибут, сопровождавший образованных и интеллигентных людей в течение многих веков» [2, с. 190]. Д. С. Лихачев пишет о сущности культуры общения. Она заключается в том, чтобы обеспечить людей особой техникой коммуникации. Данная техника должна позволить такое взаимодействие, при котором люди не только не будут мешать друг другу, но и каждый из них сможет сохранить свои личные индивидуальность и достоинство [1].

Стоит особо упомянуть и интернет как особое средство социальной коммуникации. Н. Н. Шаховалов пишет о том, что «интернет-коммуникация представляет собой способ общения, при котором передача информации и обмен данными осуществляется по каналам связи Интернета с использованием стандартных записей» [4, с. 456].

Сегодня основная коммуникативная активность и общение студентов проходят в социальных сетях. На этом акцентирует внимание Г. Ч. Хусейнов: «В последнее время основная жизнь в Интернете переместилась в социальные сети и микроблоги. Каждую секунду в Facebook, «ВКонтакте», Twitter создаются и транслируются новые записи... именно внутри социальных сетей потенциал интернет-жизни раскрывается в полной мере» [3, с. 19].

Для того чтобы проверить возможности ресурсов сети Интернет в формировании культуры общения студентов колледжа, нами было проведено эмпирическое исследование. Базой исследования выступил Омский промышленно-экономический колледж. В исследовании приняли участие 40 студентов в возрасте 16–17 лет: 37 девушек и 3 парня.

Для проведения исследования использовались четыре методики: тест М. Снайдера «Самоконтроль в общении», тест В. Ф. Ряховского «Оценка уровня общительности», методика И. А. Мартяновой «Самооценка коммуникативной компетентности» и опросник «Особенности культуры общения в социальных сетях».

В начале исследования была проведена «Методика диагностики оценки самоконтроля в общении М. Снайдера». По ее результатам, у 62,5 % студентов отмечен средний коммуникативный контроль, студенты с низким уровнем самоконтроля в общении составляют 25 %, в меньшинстве (12,5 %) находятся студенты с высоким коммуникативным контролем. На основании результатов можно сделать вывод, что среди студентов Омского промышленно-экономического колледжа доминирует средний уровень самоконтроля в общении, который характеризуется искренностью в коммуникации, но несдержанностью в эмоциональных проявлениях.

Далее мы изучали уровень общительности студентов с помощью теста В. Ф. Ряховского. Очень высокий уровень общительности определен у 2,5 % студентов. Высокий уровень общительности выявлен у 12,5 % студентов. Средний с тенденцией к высокому уровню имеют 20 % из опрошенных. Средний уровень общительности у 37,5 % — характеризуется нормальной коммуникабельностью. У 17,5 % студентов выявлен низкий уровень общительности с тенденцией к среднему уровню. Низкий уровень общительности выявлен у четырех человек, что составляет 10 %. На основании полученных данных можно сделать вывод, что уровень общительности у студентов колледжа в большей степени средний.

После была опробована методика И. А. Мартяновой «Самооценка коммуникативной компетентности». По результатам исследования средне-высокий уровень коммуникативной компетентности был выявлен у 2,5 % студентов; средний уровень — у 60 % студентов; средний уровень коммуникативной компетентности с тенденцией к низкому — у 22,5 % студентов; низкий уровень — у 15 % студентов. По результатам

методики можно сделать вывод, что уровень коммуникативной компетентности у студентов колледжа в большинстве случаев средний.

Заключительной методикой диагностики был опросник «Особенности культуры общения в социальных сетях», который показал, что для студентов колледжа актуальным способом общения в интернете являются социальные сети, в частности, лидирует социальная сеть «ВКонтакте». Основные цели использования социальных сетей — обмен информацией и прослушивание музыки. Большинство студентов (90 %) считает, что необходимо соблюдать правила этикета при общении в социальных сетях, но при этом 55 % использует в общении «сленг» и 45 % — ненормативную лексику. На вопрос «Проявляли ли Вы агрессию по отношению к другим пользователям Интернета в процессе общения?» 37,5 % ответили «скорее нет», при этом 70 % студентов уверены в том, что не являлись жертвой агрессии в сети. Свои эмоции в сети 60 % студентов охотно выражают с помощью смайликов (являются изображениями распространённых жестов и мимических выражений, использующихся в непосредственной коммуникации в сети). При этом 90 % студентов предпочитают выражать свои эмоции в жизни с помощью разговорного общения, жестов, а не в сети. На вопрос «Что Вас в первую очередь привлекает в общении в сети?» большинство (47,5 %) ответили «При общении в сети нет посторонних (личные сообщения и т. п.)», что может говорить о ценности личного общения и тайны личной переписки.

Проведенное исследование показало, что большинство студентов имеют средний и низкий уровни самоконтроля в общении, общительности, коммуникативной компетенции. Опросник «Особенности культуры общения в социальных сетях» показал нам, что многие студенты колледжа не имеют четких представлений о культуре общения в социальных сетях, о культурных формах человеческого взаимодействия в сети Интернет. Диагностика подтвердила наличие у студентов потенциала развития коммуникативных способностей, поэтому его необходимо развивать не только на протяжении всего процесса обучения, но и всей жизни.

1. Лихачев Д. С. Школа этикета. — Екатеринбург : Сред.-Урал. кн. изд-во, 1997. — 448 с.

2. Севрюгина О. В. Формирование культуры общения студентов университета // *Linguamobilis*. — 2009. — № 3. — С. 190–196.

3. Хусейнов Г. Ч. Русский язык и новые технологии. — М. : Новое литературное обозрение, 2014. — 256 с.

4. Шаховалова Е. Г. Проблемы соблюдения речевого этикета в интернет-коммуникациях // *Вопросы журналистики, педагогики и языкознания*. — 2020. — № 39 (3). — С. 455–465.