

Г. Г. Силласте

КОММУНИКОЛОГИЯ ОБРАЗОВАНИЯ И ЕГО СОЦИАЛЬНЫЕ РИСКИ В МОДУСАХ СОЦИАЛЬНОГО ВРЕМЕНИ

Статья посвящена одному из направлений науки о коммуникациях – коммуникологии, которая в современных условиях привлекает к себе все большее внимание исследователей. В данной статье объектом анализа с позиций коммуникологии выступает система высшего образования. В основу положена концепция модусов социального времени: модус прошлого, модус настоящего и модус будущего. Высшая школа оценивается как коммуникативное пространство, где социальной единицей анализа является коммуникативная личность. Сделан вывод о том, что коммуникативные стратегии, применяемые в вузовском пространстве, должны учитывать социальные риски, которые влияют на вузовскую среду, поэтому одна из функций коммуникативных практик – минимизация социальных рисков.

Ключевые слова: коммуникология, коммуниканты, коммерциализация образования, коммуникативная личность, коммуникативная компетентность.

Силласте Г. Г. Комунікологія освіти і його соціальні ризики в модусах соціального часу

Стаття присвячена одному з напрямків науки про комунікації – комунікології, яка в сучасних умовах привертає до себе все більшу увагу дослідників. У даній статті об'єктом аналізу з позицій комунікології виступає система вищої освіти. В основу покладена концепція модусів соціального часу: модус минулого, модус теперішнього і модус майбутнього. Вища школа оцінюється як комунікативний простір, де соціальною одиницею аналізу є комунікативна особистість. Зроблено висновок про те, що комунікативні стратегії, що застосовуються в вузівському просторі, повинні враховувати соціальні ризики, які впливають на вузівську середу, тому одна з функцій комунікативних практик – мінімізація соціальних ризиків.

Ключові слова: комунікологія, комуніканти, комерціалізація освіти, комунікативна особистість, комунікативна компетентність.

Sillaste G. Communicology of education and its social risks in the modes of social time

The article is devoted to one of the lines of the science of communications – communicology that under current conditions has attracted more and more attention of researchers. In this article the object of analysis from the communicology view point is the system of higher education. The basis is the concept of social time modes: the mode of the past, the mode of the present and the mode of the future. Higher school is assessed as a communicative space, where the social unit of analysis is the communicative person. The author made the conclusion that the communicative strategies used in the university space should take into account the social risks that affect the university environment, therefore one of the functions of communicative practices is the minimization of social risks.

Key words: communicology, communicants, commercialization of education, communicative personality, communicative competence.

Коммуникология как формирующееся научное направление, объединяет широкий диапазон исследований и отличается большим разбросом и вариативностью терминологического аппарата. Как бы ее ни называли – коммуникативная систематика, коммуникативистика, коммуникология [1] – совершенно очевидно, что ключевая категория этой отрасли науки – коммуникация. Коммуникология рассматривается в данной работе с одной стороны с позиций социологического подхода как вид социального процесса (*процесса коммуникативного*). А с другой – как вид *коммуникативного социального воздействия и взаимодействия* участников вузовского сообщества.

Его *содержанием* является обмен информацией, ее ретрансляция в вузовскую социальную среду, воздействие в ней на вузовских *коммуникантов* (а это и студенты, и преподаватели, и вузовский обслуживающий персонал, и руководящая (управленческая) вузовская группа). От степени их коммуникативного воздействия зависят его социальные последствия, качество формируемых вузом специалистов, их адаптация в профессиональной деловой среде.

В данной статье выделены наиболее значимые, по нашему мнению, социологические аспекты коммуникологии как отрасли науки

о коммуникациях, в основу которых положена концепция *модусов социального времени*. Их три: модус прошлого, модус настоящего и модус будущего.

Аспект 1. В *модусе прошлого* социального времени зададимся вопросом: была ли коммуникология в советской высшей школе и отличалась ли она от современной? Отметим ряд особенностей высшей школы как коммуникативной системы советского периода:

1) образование рассматривалось как один из ведущих социальных институтов общества и государства, обеспечивающий потребности интенсивно развивавшейся экономики, стержнем которой являлось промышленное производство (в нынешнее время – это так называемый сектор реальной экономики);

2) образование как социальный институт обладало монополией централизованного государственного руководства (управления) и влиянием на его развитие;

3) это был институт, опирающийся на единство государственной идеологии и мировоззренческих принципов воспитательной работы;

4) это был институт, обеспеченный государственной стратегией долгосрочного развития и полной социальной ответственностью государства за выпускаемых специалистов, их трудоустройство и первичную адаптацию в сфере трудовой занятости.

Стратегия советской высшей школы заключалась в формировании качественно новой (если ни сказать лучшей в мире) национальной интеллигенции, развитии и продвижении передовой отечественной науки и техники. В основе развития лежал принцип социальной справедливости, бесплатности, а потому полной доступности всех видов образования, что обеспечивало равное право получения высшего образования всеми слоями населения, любым способным выпускником школы, независимо от социального положения его семьи.

В плане развития информационного обеспечения в работе высшей школы речь не велась о *коммуникологии* как таковой, не использовался и этот термин. Но базовый акцент всегда делался на обеспечении в высшей школе интенсивной ретрансляции научно-образовательной информации посредством ее трех главных *коммуникантов*: образованных преподавателей, печатного слова и СМИК (средств

массовой информации и коммуникации). Объединительное начало: коллективистский дух, энтузиазм и взаимответственность.

Воспитательная функция высшей школа была имманентной. Работодатель – один: государство, взявшее на себя полную социальную ответственность за развитие высшего образования и обеспечение выпускаемых специалистов гарантированной трудовой деятельностью.

Особенностью коммуникологии между преподавательским и студенческим сообществами являлся прямой речевой и межличностный контакт, единое информационно-образовательное пространство, речевая коммуникация и абсолютная доминанта печатного источника.

Итог: яркие мировые достижения в области науки и техники, культуры и образования. В книге Гиннеса первые девять основополагающих рекордов в области науки и техники принадлежали Советскому Союзу. Первый – запуск искусственного спутника земли, несколько позже – полет человека в космос. Бердяев назвал его триумфом советского образования.

Аспект 2. В модусе *настоящего* социального времени много изменений и смещений в социальной сущности образования. Во-первых, сегодня это социальный институт, развивающийся в «обществе всеобщего риска», обусловленном неустойчивостью рыночной экономики, глубинной трансформацией социальной структуры общества, социальных отношений и социальной базы обучающихся.

Изменились и вошли в конкуренцию по приоритетности и выгоды, исторически традиционные социальные и ново-рыночные монетарные функции этого института. Доминирующей стала монетарная: *образование как рынок образовательных услуг, удовлетворяющий интересы и потребителей и производителей этих услуг.* Изменились коммуникации: информация в высшей школе и образовании из самооценности стала средством, инструментом индивидуальной достижительной жизненной стратегии обучающегося.

В терминах коммуникологии действующими лицами этого процесса стали *коммуниканты*. Доминирует плюрализм форм и видов

информации, средств ее ретрансляции, свободы доступа к источникам, отказ от идеологии и деидеологизация образовательного процесса.

Принципы равенства, свободы выбора, социальной справедливости замещены доктриной коммерциализации образования, а цельность системы – искусственной уровневой дробностью. Рынок образовательных услуг стал рынком разных форм собственности, разных работодателей, разной оплаты за равный труд. Рынок отличается перепроизводством популярных по монетарной престижности профессий и специалистов. Государственное регулирование процесса производства и распределения молодых кадров отсутствует.

Стимулы – не столько профессия и общественная отдача, сколько монетарное и материальное вознаграждение. Социальная и социокультурная ценность профессорско-преподавательского состава стала заменяться качествами *«производителя образовательной услуги»*, а классическая межличностная коммуникация преподаватель – студент, «технизацией» этих отношений, посредничеством тестирования на всех уровнях образовательной системы; замены речевой коммуникации технологическим кодированием текстов контроля знаний.

Итог: конфликт интересов участников образовательного рынка, оформившись в социальное противоречие между *интересами и запросами* двух рынков: образовательных услуг, с одной стороны, и рынка труда, занятости и профессий – с другой. Разумного компромисса между ними пока не достигнуто, диспропорции – превалируют, качество образования резко упало. Государство сняло с себя ответственность за трудоустройство выпускников вузов и не управляет их распределением для отраслей экономики, абсолютную доминанту в которой составляет институт частной собственности.

А теперь в *модусе настоящего социального* времени обратимся к высшему образованию в терминах и концепте коммуникологии. В таком случае высшее образование придется рассматривать не с позиций традиционного социального института или вульгаризированного подхода к нему как к рынку образовательных услуг, а оценить высшую школу как *коммуникативное пространство*. Простран-

ство, построенное по законам развития социетальной системы, развивающееся по законам аккумуляции и ретрансляции информации с циркуляцией внутри его *коммуникативного диаполя*, развивающего *коммуникативную компетентность* его *коммуникантов* (т.е. участников).

Кто сегодня в их роли? Преподавательское сообщество – с одной стороны, студенты – с другой. Притом, что преподаватели сами обладают высокоразвитой коммуникабельностью и социальным статусом. Социальной единицей анализа этой системы является *коммуникативная личность*. То есть личность, которая обладает совокупностью индивидуальных свойств и характеристик, обеспечивающих ей умение выбрать схему передачи информации в конкретной ситуации и адекватно ее воспринять. В таком контексте высшее образование – интересный объект современной коммуникологии.

Во-первых, в этом коммуникативном пространстве развиваются два ведущих типа *коммуникативной личности*. Первый – *доминантный*, которому присущи коммуникативная компетентность, напористость, самоуверенность, способность подавления своей информацией студенческой аудитории. К этому типу коммуникативной личности относятся представители профессорско-преподавательского сообщества.

Второй тип коммуникативной личности в вузе – *реагирующий*. Для нее характерны отзывчивость на информацию, аргументированность, освоение аналитического подхода к информации, технологичность ее обработки.

Причем, этот коммуникант – современный студент – особенно интересен изменениями своих социальных и конкретно коммуникативных характеристик. Можно определить этого коммуниканта как тип *homo ludens* (человек играющий) – человек, который «на ты» с информационными каналами, легко ориентирующийся в инфотоках, как реальных, так и виртуальных.

С этой точки зрения данный коммуникант по своим коммуникационно-технологическим способностям принципиально отличается от коммуниканта советской высшей школы, так как является *типом опережающего* коммуниканта. Опережающего по своим информа-

ционно-технологическим способностям, коммуниканта доминантного (т.е. представителя преподавательского сообщества).

Особенность нового типа студента-коммуниканта обусловлена тем, что в его лице мы имеем *поколение миллениум*. Это молодые люди, родившиеся в эпоху конца 90-х годов, развивавшиеся как личность в значительной мере через специфическую социализацию в сетевом пространстве XXI столетия, потерявшие речевую свободу самовыражения в виду тестовой «технизации» высшего образования и «егэнизации» среднего. Ценность и умение устной коммуникации у сегодняшних студентов вытеснено культивацией кнопочного тестирования. Это сам по себе продукт новой системы англоизирующегося (или болонезирующегося) образования.

Аспект 3. Как можно изучать коммуникативную личность? На наш взгляд, лучше всего *социологически*, если мы имеем дело с высшим образованием как социальным коммуникативным пространством. А если с проблемами отдельной коммуникативной личности (аудиторной), то – *психологически*.

Применимы в этих случаях и метод наблюдения, и критического анализа социального поведения студента и самого преподавателя; социологический мониторинг качества образовательного процесса; сравнительный анализ восприятия коммуникантов друг другом на основе общеузовского мониторинга «Преподаватель глазами студентов» (и наоборот). Применимы также методы социолингвистики, контент-анализа, экспертного и электронного опросов, социологического наблюдения и т. д. У социологии здесь безграничные возможности.

В этой части Болонская декларация ставит две коммуникативные задачи:

1) сохранять «свободу исследований и обучения, чтобы способы реализации этой свободы были доступны всем членам образовательного сообщества»;

2) развивать «взаимный обмен информацией и документами, совместные проекты» для неуклонного прогресса знаний» [2].

Особый исследовательский интерес для вузовского коммуникативного пространства представляет изучение *речевого поведения*.

Причем, и преподавателей как доминантного типа коммуникативной личности), так и студента как типа реагирующей личности. Сегодня результаты обмена и взаимовлияния речевого поведения коммуникативных личностей в вузах практически не исследуются. А это, без сомнения полезные методы анализа для самопознания и самокоррекции (причем, поведения обеих сторон).

На этой основе можно было бы предлагать *формы самосовершенствования* коммуникативной личности в вузовском коммуникативном пространстве, тесно связанным с языковым самосознанием. Ведь по своей природе *языковое сознание* – индивидуально и включает в себя типовые характеристики культуры, социальных норм общения, этнические и конфессиональные регуляторы. На оптимальном сочетании этих характеристик строится неповторимость образа, прежде всего преподавателя как возможного образца либо для подражания, либо напротив – объекта-антипода, неприятия, отказа ему в авторитете со стороны студентов.

В чем проявляет себя коммуникативная личность в вузе?

Прежде всего, в разносторонней *коммуникативной деятельности* (говорении, чтении, в написании-то). Например, в аудиторном конспектировании, в выполнении самостоятельных аналитических студенческих работ. С этой точки зрения преподавателю полезно осуществлять аудит своего времени, его распределения и эффективности использования (назовем его *аудиторный тайм-менеджмент*).

Если подойти с таких позиций к изучению современного типа, коммуниканта в вузе, то можно дать оценку коммуникативной личности как *социальному феномену*, зависящему от эффективности реализации основных функций учебного процесса. Это иной взгляд на личность студента – оценка его как *коммуниканта в современной вузовской коммуникологии*.

С этой характеристикой коммуникативного пространства связаны два поддающихся измерению показателя: *коммуникативная механика* (концепция М. Шепель) – область, которая включает в себя технологии самопрезентации личности; а также *коммуникативная перегрузка*. Категория актуальная для современного учебно-образовательного процесса, ибо отражает ситуацию, при которой

объем *коммуникативных входов* и каналов инфо-нагрузки существенно превышает возможности аудитории для применения и обработки поступающей информации.

Что сегодня в аудитории давать целесообразнее: медийные перегрузки технизированной информации (когда мы стремимся все свои текстовые «заготовки» перевести на презентационное сопровождение) или их речевую передачу? В чем и какая пропорция разумна в применении этих форм трансляции информации? Калейдоскоп картинок медийной презентации или речевые паузы?

В определенной мере ответ на этот вопрос зависит от коммуникативных потребностей как студентов, так и преподавателей. Причем, эти потребности у коммуникантов реагирующего типа личности (т.е. студентов) выше, чем у коммуникантов-ППС, обладающих реальной властью знания, но меньшими способами ее удовлетворения ввиду все более усиливающегося аудита в образовательном процессе, который стал напоминать бухгалтерский учет (баллов, пропусков, промежуточных аттестаций и технических процедур).

Процесс происходит странный: свобода действий преподавателя все больше сокращается, а свобода выражения недовольства студентов контролирующими действиями преподавателей напротив – расширяется. Иногда кажется, что еще немного, и в вузе начнет действовать торговый принцип: «покупатель всегда прав»(при том, что покупателем образовательной услуги и ее потребителем является студент и его родители).

В таких условиях резко возросло значение социологических исследований качества информационно-образовательного процесса в вузе, внедрение социологических методик измерения качества вуза как коммуникативного пространства и его использования для подготовки кадров.

Аспект 4. Коммуникология вуза в *модусе будущего социального времени*. Видов коммуникации, применимой в вузовской среде и способной создать продуктивное коммуникативное вузовское пространство много. Это межличностная и межкультурная коммуникация (учитывая зарубежное студенчество и многонациональный вузовский социум), коммуникация научная, производственная, офисная, партиси-

паторная, речевае і рекреацыйная, сацыяльная, рэкламна, перфармансная, непасрэдная і непублічная. Выбор большай, искусство результата заключаецца ў выбары і сацянанні відаў камунікацыі ў вузавскай сярэды.

Прычым, яна хораша ўпісваецца ў фарміраванне карпаратыўнай культуры і карпаратыўных цэннасцей камунікантаў і вуза (як сацыяльнай арганізацыі) ў цэлым, ствараючы адную сістэму цэннасцей і цэльнасці вузавскага камунікатывнага прастранства. Камунікатывныя стратэгіі, прымяняемыя ў вузавскай прастранстве, павінны ўлічваць і сацыяльныя рыскі, якія ўжо узніклі і ўплываюць на вузавую сярэду.

Адна з функцый камунікатывных практык – мінімізацыя сацыяльных рыскаў.

Выдзелім некалькі відаў сацыяльных рыскаў. Усе гэтыя рыскі – рыскі другога парадка, так называемыя *агрэгіраваныя* рыскі (іспользуючы тэрміналогію У. Бека). Гэтыя рыскі рукотворныя, створаныя чалавеческай дзейнасцю, і перада ўсё, несавершенствам кіравання вышэйшай школай, яе скоростнай *европеізацыяй*. Яны характэрныя доўгасрочнымі негатыўнымі сацыяльнымі наступствамі і непрычытанымі стратамі.

1. *Рыск моладзежнага сацыяльнага пратэста* пры магчымым скарачэнні даступа моладзі да вышэйшаму адукацыі. Дзяржаве лепш дапускаць перапрадукцыю кадраў, асіметрыю ў запатрабах і патрабаваннях рынку спецыяльнасцей, чым ввесці абмежаванне на прыступленне ў вузы. Тлумачыцца такая сітуацыя тым, што ўвядзенне вузамі абмежавання на прыступленне рэзка ўзмацніць пагражу сацыяльнай дэстабілізацыі ў рэгіёнах са староны безработных выпускнікоў школ. Гэта раўнасільна таму, што паднесці фітыль да бочкі са порохам. Ёсць прыродна, дзяржава такой сітуацыі дапусціць не можа.

2. *Сацыяльны рыск пакаленцкай змены саветскай генерацыі прафесарска-педагагічнага складу* вузаў, паскарэны сёння форсіраванай палітыкай омолоджэння педагагічных кадраў, са аднаго боку, і супрацьпрыродным працэсам міністэрскага зліцця, са другога – аб'яднання вузаў, прыбліжаючых іх да фармату адукацыйных холдынгаў [3].

По сути, заканчивается эпоха активного научно-педагогического творчества советской генерации преподавателей. Кадров огромного социального, педагогического и научного опыта, основателей и генераторов многих научных школ. На смену приходят в своей основе молодые, неопытные кадры, с отсутствием, прежде всего методического, воспитательного опыта и просто навыков вузовской деятельности. Выстраивается новый процесс коммуникативного воздействия, отличающийся техницизмом, дистанционностью, бюрократизацией отношений в коммуникативном вузовском пространстве между его прямыми коммутантами: преподавателями и студентами, а также регулятивными коммутантами (т.е. управленческими кадрами). Вместе с этими изменениями в вузовских сообществах все шире распространяется дух *менеджеризма*, снижается *уровень демократизма научной вузовской среды*, зато усиливается *бюрократизации деятельности* вузовского сообщества.

3. К названным выше можно добавить распространение еще ряда социальных рисков. Среди них *риск социального старта*, *риск девальвации высшего образования*, *риски дистанционного обучения и инновационных форм преподавания*, *риск всеобщего тестирования*, *риск дегуманитаризации высшего образования* [3].

4. Еще один серьезный вид социального риска в вузовском сообществе взаимодействия коммуникантов – *риск стертой исторической памяти при девальвации исторического сознания студентов*. А ведь давно известна максима, не нуждающаяся в доказательствах: без исторической памяти патриотизм либо умирает, либо перерождается в свою противоположность... Патриотическое воспитание в вузах – особая характеристика воспитательной практики, призванная формировать чувства национальной гордости и верности Отечеству. Для этого в вузах немало средств идейного воздействия: как прямого, контактного, так и информационного.

Создание конструктивной социальной коммуникативной среды в вузовском сообществе является действенным средством минимизации социальных рисков в развитии высшей школы и модернизации системы высшего образования, которым российская высшая школа,

даже в нынешних сложных мировых и внутренних условиях может гордиться.

Актуальность проблемы взаимодействия образовательных учреждений с «группами влияния» (так называемыми стейкхолдерами) обуславливается в значительной мере трансформацией социальных функций вуза в условиях транзитивной экономики на постсоветском пространстве. Российские вузы в ходе их т.н. модернизации все сильнее приобретают формы образовательных холдингов, наращивающих свое информационно-образовательное и коммуникативное пространство, влияние, авторитарный стиль управления коммуникантами и нуждающихся в продуманном развитии коммуникативных норм.

Список литературы

1. Шарков Ф. И. Коммуникалогия : энциклоп. слов.-справ. / Ф. И. Шарков. – М. : Дашков и Ко, 2009. – 385 с.
2. Садовничий В. А. Новые университеты для новой России (университетская доктрина) / В. А. Садовничий // Аналит. вестн. / Совет Федерации Федерального Собрания Российской Федерации [и др.]. – М., 2015. – № 21 (574). – С. 38–50.
3. Силласте Г. Г. Социальные риски модернизации российского высшего образования и формирования транспрофессионального типа специалиста / Г. Г. Силласте // Аналит. вестн. / Совет Федерации Федерального Собрания Российской Федерации [и др.]. – М., 2015. – № 21 (574). – С. 50–62.

References

1. Sharkov F. I. Kommunikologiya [The Communicology]. Moscow, Dashkov and Co, 2009, 385 p.
2. Sadovnichiy V. A. Novyye universitety dlya novoy Rossii (universitetskaya doktrina) [New Universities for New Russia (University Doctrine)]. Analiticheskiy vestnik – Analytical Bulletin, Moscow, 2015, no. 21 (574), pp. 38-50.
3. Sillaste G. G. Sotsial'nyye riski modernizatsii rossiyskogo vysshego obrazovaniya i formirovaniya transprofessional'nogo tipa spetsialista [Social risks of modernization of Russian higher education and the formation of a transprofessional specialist type]. Analiticheskiy vestnik – Analytical Bulletin, Moscow, 2015, no. 21 (574), pp. 50-62.