

2. Гальскова Н. Д. Теория обучения иностранным языкам. – М.: Изд. центр «Академия», 2006. – 336 с.
3. Дридзе Т. М. Интерпретационные характеристики и классификация текстов (с учетом специфики интерпретационных сдвигов) // Смысловое восприятие речевого сообщения (в условиях массовой коммуникации): коллективная монография. – М., 1976. – С. 34–45.
4. Соловова Е. Н. Методика обучения иностранным языкам. – М.: АСТ: Астрель, 2009. – С. 131–132.
5. Фоломкина С. К. Обучение чтению на иностранном языке в неязыковом вузе. – М.: Высшая школа, 2005. – 255 с.

УДК 81'35; 81'26

САМОЦЕНЗУРА В ОНЛАЙН-КОММУНИКАЦИИ

Т. А. Мейкшане

*Белорусский государственный университет
Минск, Республика Беларусь*

Статья посвящена осмыслению результатов опроса первокурсников о том, как они воспринимают онлайн-коммуникацию. Выявлены и проанализированы ее преимущества. Также рассмотрено чувство психологического дискомфорта, которое онлайн-коммуникация вызывает у студентов.

The paper discusses findings of a questionnaire of Belarussian freshman on how they perceive online-communication. Its advantages are revealed and analyzed. It also considers the feeling of psychological discomfort that online-communication brings out of students.

Ключевые слова: онлайн-коммуникация; первокурсники; коммуникативное онлайн-поведение; дискомфорт; опросник.

Key words: online-communication, freshman; online communication behavior; discomfort; questionnaire.

Под онлайн-коммуникацией понимается набор шаблонов, применимых к процессу обмена информацией в цифровой среде с определенным или неопределенным адресатом, одновременной или неодновременной коммуникацией на основе использования цифровых инструментов (компьютера, интернета, смартфона и т. д.)

Коммуникативное поведение медиаграмотного человека находится под влиянием среды (медиапространства), где пользователь

взаимодействует с другими активными потребителями и создателями информации. Это влияет на то, будут ли они «проявлять определенную свободу действий при принятии решения о том, какие текстовые позиции они займут, а какие отвергнут при взаимодействии в сложных социальных и культурных контекстах» [2, с. 1–2].

Понимание медиатекста основано на «высоком уровне критического мышления, которое зависит от логики, подготовки и самосознания» [4, с. 68]: то есть медиаграмотный человек владеет или должен владеть навыком критического мышления. В первую очередь, он осознает процессы, порождающие смыслы и создающие содержание сообщений, а также наполняет их реалистичным чувством непосредственности при общении [4, с. 23]. Он обладает способностью распознавать различия между «сообщаемой конкретной информацией, знаниями, передаваемыми автором, и дополнительными ценностями, прагматикой сообщения, приписываемыми ему» [4, с. 32].

Беларусь занимает 23-е место по количеству пользователей широкополосного Интернета (31,35 на 100 жителей); 71 % населения подключаются к сети через свои смартфоны и планшеты. По скорости мобильного интернета Беларусь занимает 50-е место в мире, в по длительности использования wi-fi – 56-е. В зависимости от возраста, белорусы пользуются Интернетом для: поиска информации (89 % – 96 %), просмотра и скачивания фильмов / музыки и т. д. (78,5 % – 92,8 %), общения в социальных сетях (75,8 % – 95,9 %) и т. д. [1]. Белорусская молодежь также активна в интернет-пространстве: 98 % молодых пользователей ежедневно выходят в интернет.

Получается, белорусская молодежь не испытывает ограничения в доступе к онлайн-сфере, проявляя себя в общении в социальных сетях, поиске и скачивании любой информации, фильмов, музыки и т. д.

Особенности коммуникативного онлайн-поведения анализируются в рамках данной статьи в контексте такой исследовательской практики, как медиаобразование. Именно в ней онлайн-коммуникация рассматривается в тесной связи со сферой ее использования – учитываются скорость обновления медиа-пространства, сочетание с визуальным материалом, прагматическая сложность, меняющиеся условия коммуникации (дистанция между коммуникантами, не всегда известная идентичность коммуникантов и т. д.). Также нас интересует прикладной аспект восприятия онлайн-коммуникации: нам важно понять форму её влияния на психоэмоциональный статус человека (в нашем случае – первокурсников-филологов).

Исследователи обсуждают следующие аспекты коммуникативного онлайн-поведения: 1) «обоснованное использование технологий,

осуществление безопасных, ответственных, уважительных выборов онлайн» [цит. по: 5]; 2) практику уважительного и толерантного поведения по отношению к другим, активное онлайн-вовлечение в гражданскую жизнь, построение и практику особых социальных онлайн-навыков vs распространения осуждений такого проблемного поведения, как кибербуллинг или обмен сообщениями эротического характера [5]; 3) способность «декодировать, оценивать, анализировать, создавать печатные и электронные медиатексты» [цит. по: 3, с. 7].

Указанные аспекты коммуникативного онлайн-поведения позволили расставить приоритеты при формировании исследовательских средств для проведения пилотного исследования, результаты которого и представлены в этой статье.

Считаем, что этап восприятия онлайн-коммуникации студентами-филологами 1-го курса представляет интерес по разным причинам: в силу возраста, смены социального окружения, привыкания к новой среде (также и особенностям социокультурного контекста страны) молодые люди 17–18 лет более чувствительны к коммуникации с внешним миром, в том числе и посредством онлайн-коммуникации.

Цель статьи: определить особенности восприятия онлайн-коммуникации первокурсников-филологов одного из крупнейших белорусских университетов.

Для реализации данной цели было проведено исследование case-study, которое включало два этапа:

1) опрос студентов (выборка – 11 человек) об их восприятии онлайн-коммуникации (онлайн-опросник состоял из пяти вопросов со множественным выбором); каждому респонденту предоставлялась возможность дать свой вариант ответа, помимо предложенных;

2) индивидуальные интервью со студентами для того, чтобы детальнее понять их ответы. Были заданы четыре вопроса с просьбой пояснить ответы, а также четыре вопроса о реакциях респондентов на различные коммуникативные ситуации, с которыми они могут сталкиваются во время онлайн-коммуникации.

В результате исследования были получены следующие данные. По мнению 81,8 % опрошенных, онлайн-коммуникация – это, главным образом, средство связи с близкими, друзьями и одноклассниками, то есть теми, кого студенты знают в реальной жизни. Ее используют также для поиска актуальной информации, полезной для учебы, решения практических вопросов – например, поиска квартиры (63,6 %). Лишь 9,1 % опрошенных обращаются к онлайн-коммуникации для поиска новых знакомств. Для 45,5 % студентов общение вживую более предпочтительно, чем онлайн-коммуникация.

Неожиданным было опасение 45,5 % опрошенных в связи с тем, что их персональные данные могут быть украдены, а аккаунты в социальных сетях взломаны; 23,3 % опасаются утечки личной информации, которой бы они не хотели делиться; 27,3 % обращают внимание на то, что в ходе онлайн-коммуникации не гарантирована обратная связь, что вызывает у них психологический дискомфорт.

Получается, онлайн-коммуникация с близкими – это своеобразное продолжение оффлайн-коммуникации (функция поддержания связей), но она не заменяет ее. Более того, вызывает озадаченность следующий факт: если студенты общаются преимущественно с родными и близкими, то почему возникает чувство страха за потерю персональных данных или взлом аккаунта? Интервьюируемые студенты также отмечали, что «онлайн я напишу только то, на что не хватает смелости сказать напрямую» (студентка Н.); «Я не отвечу незнакомцу в социальной сети, особенно если у него или у нее на странице нет информации. А вдруг если это мошенники? Или меня хотят завербовать в секту?» (студентка И.); «Если мне нужно обсудить что-то важное, я не буду писать. Я наберу по телефону, так надежнее» (студентка Н.); «Мне очень важно получать реакцию на мои сообщения, эмоджи и мемы, хоть они и веселые, не дают понять, как человек относится к моим словам» (студентка О.). Значит, студенты признают плюсы онлайн-коммуникации, однако видят в ней некоторый барьер, препятствие по ряду причин: не каждая тема может быть обсуждена онлайн; возможности обратной связи ограничены и т. д.

Выявленное ощущение дискомфорта у студентов-первокурсников при общении в формате онлайн даже с близкими людьми, одноклассниками представляется нам неожиданным фактом. Безусловно, повышение осведомленности молодежи о способах сохранения личных данных в цифровой среде очень важно. Однако полагаем, что это не единственный способ устранить дискомфорт.

Отсутствие или наличие обратной связи – важный, на наш взгляд, критерий изучения и преодоления такого негативного чувства. Предполагаем, что в рамках занятий по практике иностранного языка дополнительное внимание важно уделять развитию навыков письменной речи с учетом реакций на различные речевые ситуации (в том числе и в формате онлайн). Это может быть полезно для отработки коммуникативных навыков, в том числе и онлайн-навыков. Такие сообщения могут варьироваться по длине, цели высказывания.

На наших занятиях ранее мы уже опробовали следующие форматы реакций: реакции на хештеги, посвященные уникальным событиям; видео о социальных экспериментах, цель которых – собрать деньги на гуманитарные кампании и т. д.

Представляется интересным практиковать и анализировать разнообразные способы реакций на онлайн-сообщения с целью дальнейшего поддержания развития разговора (а не одновременного реагирования на стимул в виде стикера или мема).

Считаем целесообразным проверить данный вывод на более старшей аудитории, чтобы исключить влияние фактора возраста на коммуникативное онлайн-поведение. Более того, любопытно проанализировать наличие или отсутствие подобного дискомфорта на примере других социальных и культурных контекстов: например, студентов из развивающихся стран, где средства онлайн-коммуникации доступны в такой же мере.

Библиографические ссылки

1. Костюкевич А. 91 % белорусов выходят в Интернет ежедневно // Беларусь сегодня [Электронный ресурс]. – 2016. – Режим доступа: <https://www.sb.by/articles/onlayn-kazhdyy-den.html>. – Дата обращения: 12.04.2019.
2. Alvermann D., Moon J., Hagood M. Popular Culture in the Classroom: Teaching and Researching Critical Media Literacy. [Электронный ресурс]. – Newark: International Reading Association, 1999. – 158 p. – Режим доступа: https://www.researchgate.net/publication/282879391_Popular_Culture_in_the_Classroom_Teaching_and_Researching_Critical_Media_Literacy. – Дата доступа: 16.12.2018.
3. Christ Wg, Potter Wj. Media literacy, media education, and the academy [Электронный ресурс]. // Journal of Communication. – Vol. 48 (1). – P. 5–15. – 1998. Режим доступа: <https://onlinelibrary-wiley-com.ezproxy3.lib.le.ac.uk/doi/epdf/10.1111/j.1460-2466.1998.tb02733.x>. – Дата доступа: 21.12.2018.
4. Gaines E. Media Literacy and Semiotics. [Электронный ресурс]. – New York, NY: Palgrave Macmillan US. 2010. – 194 p. – Режим доступа: <http://www.rasaneh.org/Images/News/AtachFile/18-7-1391/FILE634853701396680000.pdf>. – Дата доступа: 15.12.2018.
5. Jones L., Mitchell K. Defining and measuring youth digital citizenship. [Электронный ресурс]. // SAGE Journals. Vol. 18, Issue 9. – 2016. – Режим доступа: <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/1461444815577797>. – Дата доступа: 2.04.2019.