

## ВИДЕОТЕХНОЛОГИИ КАК ИНСТРУМЕНТ РАЗВИТИЯ КОММУНИКАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ МОЛОДЕЖИ

Мележик О.В.<sup>1</sup>, Ганьшина Г.В.<sup>1</sup>

<sup>1</sup>*Московский городской педагогический университет (МГПУ), Москва, e-mail: iholiday@yandex.ru*

Коммуникативная культура играет важную роль в жизни современного человека. Умение вести конструктивный диалог с обществом является залогом преуспевания человека во всех областях его деятельности. Коммуникации являются неотъемлемой частью жизни человека на всех этапах его взросления. Однако в период от 16 до 30 лет происходят значительные события в социальной, образовательной и профессиональной сфере деятельности человека. Молодежь отличается высокой коммуникативной, творческой и трудовой активностью. Молодые люди быстро осваивают новые профессии, легче приспосабливаются к внешним изменениям. Это делает данную социально-демографическую группу наиболее подходящей для изучения новых подходов в развитии коммуникативной культуры. Информационно-техническая среда дает нам новые инструменты для решения поставленных задач. Видеотехнологии имеют полувекую успешную практику применения в области образования, науки, труда и т.д. Расширение способов применения видеотехнологий в сфере социально-культурной деятельности позволит решить ряд значимых задач в данной области. В статье рассматривается теоретический контекст основных понятий: коммуникативная культура, молодежь, видеотехнологии. Описываются основные направления для развития коммуникативной культуры молодежи, особенности, характерные для данной социально-демографической группы. Определяются современные социально значимые задачи в области развития молодежных коммуникаций. Представлена концепция новой творческо-коммуникативной технологии с применением видео.

Ключевые слова: коммуникативная культура, коммуникация, коммуникативные навыки, молодежь, технология, видео, видеотехнологии, видеоматериалы, видеопродукт.

## VIDEO TECHNOLOGIES AS A TOOL FOR FORMING THE COMMUNICATIVE CULTURE OF YOUTH

Melejik O.V.<sup>1</sup>, Ganshina G.V.<sup>1</sup>

<sup>1</sup>*Moscow City Pedagogical University (MCPU), Moscow, e-mail: iholiday@yandex.ru*

Communicative culture plays an important role in the life of modern man. Ability to conduct a constructive dialogue with society is the key to succeeding in all areas of its activities. Communication is an integral part of a person's life at all stages of his growing up. However, in the period from 16 to 30 years, significant events occur in the social, educational and professional spheres of human activity. Young people are distinguished by high communicative, creative and labor activity. Young people quickly learn new professions, adapt more easily to external changes. This makes this socio-demographic group the most suitable for studying new approaches in the development of communicative culture. The information and technical environment gives us new tools to solve the tasks. Video technology has a half-century of successful practice in the fields of education, science, labor, etc. Expansion of the ways of using video technologies in the sphere of socio-cultural activities will allow solving a number of socially and culturally significant tasks. The theoretical context of the basic concepts is considered in the article: communicative culture, youth, video technologies. The main directions for the development of the communicative culture of young people, features characteristic of this socio-demographic group are described. The modern socially significant tasks in the field of development of youth communications are determined. The concept of a new creative-communicative technology with the use of video is presented.

Keywords: Communicative culture, communication, communication skills, youth, technology, video, video technologies, video materials, video product.

Развитие информационной среды и рост ее значения в жизни современной молодежи является причиной поиска новых путей совершенствования навыков коммуникативной культуры молодежи, отвечающих запросам общества, образования и науки. На сегодняшний день высоко востребованными являются навыки грамотного и лаконичного ведения межличностного общения, умение правильно внешне и внутренне подавать и адекватно

воспринимать входящую информацию, способность преодолевать коммуникативные барьеры. Все вышеизложенные факторы являются залогом эффективного построения коммуникаций.

Согласно определению Г.В. Кораблевой, «коммуникации – это специфический обмен информацией, значимой для участников общения, процесс передачи эмоционального и интеллектуального содержания. Они выстраиваются на основе знаний, умений и навыков в процессе взаимодействия людей в обыденной и деловой обстановке. Коммуникации возникают в производственной, научной, учебной, коммерческой деятельности, позволяют передавать опыт и знания, необходимые для решения личных, образовательных и профессиональных задач; а также поиска, сохранения и трансляции знаний, направленных на саморазвитие и самореализацию». Отдельные коммуникации являются составляющей коммуникативной культуры, основанной на совокупности нравственных правил и норм, признающих неповторимость и ценность личности отдельного человека. Коммуникативная культура универсальна в любой форме человеческой деятельности, культуре, цивилизации, однако имеет специфические отличия, характерные для каждой из областей [1, с. 93].

**Целью данного исследования** является обоснование роли видеотехнологий в процессе развития коммуникативной культуры молодежи.

**Материалы и результаты исследования, их обсуждение.** Каждой возрастной группе характерен определенный уровень развития навыков коммуникативной культуры. В рамках научного исследования авторами были изучены особенности развития коммуникативной культуры молодежи с целью выявления и обоснования новых путей ее формирования.

Наиболее известные определения понятия «молодежь» были сформулированы отечественными социологами И.С. Коном и В.Т. Лисовским Согласно исследованиям И.С. Кона, «молодежь» является «социально-демографической группой, выделяемой на основе совокупности возрастных характеристик, особенностей социального положения и обусловленных тем и других социально-психологических свойств» [2, с. 32].

В.Т. Лисовский определяет «молодежь» как «поколение людей, проходящих стадию социализации, усваивающих, а в более зрелом возрасте уже усвоивших, образовательные, профессиональные, культурные и другие социальные функции; в зависимости от конкретных исторических условий возрастные критерии молодежи могут колебаться от 16 до 30 лет» [3, с. 32].

На период от 16 до 30 лет происходит множество личных, социальных и профессиональных событий в жизни человека, которые сопровождаются высокой коммуникативной активностью [4, с. 67]. Сопутствующий опыт общения объединяется в

сознании молодого человека в систему норм и ценностей коммуникативной культуры и совершенствует его уникальные коммуникативные способности. Важной составляющей опыта общения являются процессы социализации и индивидуализации, обеспечивающие гармоничное социальное развитие человека, способность рационально реагировать на разнообразные ситуации общения. Существенным этапом социализации молодежи являются студенческие годы. В этот период уровень развития коммуникативной культуры определяет положение человека в коллективе, а в некоторых случаях становится причиной его успеха или нереализованности в дальнейшем. Студенчество – это особая социальная общность и огромная инновационная сила, находящаяся в стадии становления и формирования своей структуры ценностных ориентаций. И здесь одним из главных средств социализации молодёжи выступает культура, включающая в себя накопленные человечеством знания, ценности, нормы и образцы, представляющие духовный мир отдельных индивидов, социальных групп, общностей и всего общества. Повышение общекультурных и профессиональных требований общества к молодой личности влечёт за собой необходимость в её самообразовании, саморазвитии [5, с. 14]. Особенности социокультурного положения студенческой молодежи преломляются в его досуге, который по сравнению с досугом других возрастных групп отличается разнообразием и преобладанием активных и развлекательных форм. Наиболее актуальны творческие виды досуговых занятий, ориентированные на обеспечение прямого участия в них каждого молодого человека [6, с. 164].

С целью выявления уровня развития коммуникативной культуры студенческой молодежи авторами в 2016 году было проведено групповое сплошное очное анкетирование студентов 1-2 курсов на базе Московского городского педагогического университета. Респондентам был задан ряд открытых вопросов личного, социального и учебного характера для выяснения следующей информации:

- как часто респондент общается внутри учебного коллектива;
- какие эмоции респондент испытывает при общении в коллективе;
- с какой периодичностью респондент сталкивается с конфликтными ситуациями, непониманием в коллективе;
- вызывают ли сложности у респондента погашения конфликтных ситуаций;
- какая роль, по мнению респондента, наиболее характерна для него в коллективной деятельности (лидера/эксперта/стороннего наблюдателя/одиночки);
- часто ли при общении респондент попадает в неловкие ситуации;
- как часто респондент становится инициатором разговора, что является основной причиной для этого;
- испытывает ли респондент желание выразить свою точку зрения и как часто делает это;

- участвует ли респондент в дискуссиях во время занятий и как часто;
- что является главной причиной активности респондента в учебной дискуссии (оценка/желание выразить свою точку зрения/давление окружающих/другое);
- какова успеваемость респондента (высокая/средняя/низкая);
- что, по мнению респондента, является основными факторами, воздействующими на их успеваемость;
- варьируется ли их коммуникативная активность в зависимости от нахождения в вузе или вне учебного заведения;
- в каком эмоциональном состоянии респондент наиболее часто пребывает, находясь внутри учебного коллектива, что, по его мнению, на это влияет;
- какую значимость для респондента имеет учебная успеваемость;
- кем респондент видит себя через 10 лет и т.д.

По результатам анкетирования, лишь 10% опрошенных утверждали, что не испытывают затруднений в общении. В то время как 42% респондента признали, что общение «не является их сильной стороной». Замкнутые и неуверенные в себе, они пассивны при общении, редко берут на себя инициативу в налаживании контактов с другими студентами. Такие студенты утверждали, что их неспособность построить конструктивный диалог и положение, занимаемое ими в коллективе, крайне негативно влияют на их внутреннее состояние. Эмоциональная подавленность приводила к нежеланию проявлять себя в процессе обучения, снижению продуктивности и успеваемости. Коммуникативно зажатый студент предпочитал избегать стресс, получаемый им во время общения, в ущерб своей успеваемости. В диалоге такие студенты часто уступают более общительным однокурсникам, что и становится причиной снижения их статуса в коллективе. Было установлено, что студенты с неразвитой коммуникативной культурой значительно чаще прочих попадают в неловкие ситуации при разговоре, имеют большие трудности в конфликтных ситуациях, проблемы в межличностном и деловом общении за пределами вуза. Проанализировав результаты анкетирования, мы установили, что невысокая успеваемость данных студентов сопровождается их пассивной позицией в коллективе, влияет на успеваемость, а в перспективе может оказать негативное воздействие на социальный и профессиональный статус.

Результатом анкетирования стало подтверждение значимости коммуникативной культуры для развития гармоничной личности. В студенческий период у молодежи уже сформирован базис культуры общения, однако возникает необходимость расширения коммуникативных навыков, задействованных в процессах:

- 1) активного совершенствования и самосознания;

- 2) определения собственной индивидуальности;
- 2) планирования собственной жизни;
- 3) поиска профессионального самоопределения;
- 4) установки на осознанное построение жизни;
- 5) формирования мировоззрения [7, с. 179].

В рамках исследовательской деятельности авторами был изучен процесс развития коммуникативной культуры молодежи посредством использования видеотехнологии. Под видеотехнологией мы подразумеваем использование видео в качестве инструмента творческой самореализации и развития коммуникативной культуры молодежи в рамках досуга, а также видеоматериалов (видеороликов) как средства развития, созданных в результате данной деятельности. Использование видеотехнологий обусловлено необходимостью поиска новых путей формирования и развития коммуникативной культуры молодежи, в соответствии с общественными, техническими и научными требованиями современности. Высокая мотивация играет ведущую роль и имеет большое значение для всей системы педагогических средств и социально-культурных технологий, применяемых в досуговых программах. Основные особенности современной социально-культурной деятельности: высокий уровень культурно-технической оснащенности, использование современных технологий и форм, методов, эстетически насыщенное пространство и высокий художественный уровень досугового процесса.

Видео является неотъемлемой составляющей жизни современного человека. Видеотехника, видеотехнология, видеопродукция являются важной частью современной культуры, создавая платформу для реализации качественно новой информационно-коммуникативной и культурно-досуговой деятельности. Связующим элементом является творческо-коммуникативная деятельность, осуществляемая посредством видео.

Систематизированность данной деятельности позволяет считать ее технологией, делящейся на взаимосвязанные элементы: видеосъемку, монтажную обработку видеоматериала, сохранение видеоматериала на определенном видеоносителе, демонстрацию видеоматериала (на экране монитора или на обычном проекционном экране).

Видеозапись является системообразующим звеном, объединяющим все составляющие видеотехнологии как деятельности. Уникальным является интегративность видеотехнологии по отношению к потребителю. В сравнении с кинематографом и телевидением (любым другим средством фиксации аудиовизуальных сообщений) видеотехнология проста в использовании:

- большое количество автоматизированных процессов;
- адаптированность устройств для съема, обработки и монтажа;

- простота воспроизведения видео для обычного пользователя;
- доступность видеотехники, видеопроигрывателей и т.д.

Вышеизложенное существенно увеличивает целевую аудиторию видеотехнологии. Приобщиться к видеотехнологии может каждый человек, несмотря на возраст и подготовку, тогда как в кино это могли делать лишь избранные люди, настоящие энтузиасты-кинолюбители [8, с. 3-4]. Практически каждый современный молодой человек достаточно технически оснащен для создания видеопродукта, т.к. имеет телефон с видеокамерой.

Полувекковая практика использования творческо-коммуникативной деятельности на базе видеотехнологии выполняет важные социально-культурные функции. Видеотехнологии используются во всех сферах деятельности молодежи: бытовой, образовательной, профессиональной и культурно-досуговой. Видеотехнологии осуществляют деятельность, направленную на сохранение, трансляцию и популяризацию художественных ценностей. В сфере образования активно применяется практика видеотехнологии: видеоматериалы и видеофильмы используются педагогами в качестве наглядного учебного пособия. Видео также становится средством воспитания и развития личности (видеолюбительство). Эффективность использования видеотехнологии в образовательной сфере была изучена отечественными педагогами М.Б. Дюжевой, А.А. Дюжевой, Е.Ф. Косицыной, И.В. Чирич и др. [9, с. 6; 10, с. 74].

Проведенное авторами на базе Московского городского педагогического университета в период с 2016 по 2018 год научное исследование группы молодых людей в возрасте от 18 до 25 лет выявило позитивное воздействие применения видеотехнологий на формирование коммуникативной культуры молодежи. Использование видеотехнологий позволило участникам исследования целостную картину процесса коммуникации, критически и объективно оценить уровень их личной коммуникативной культуры, определить направление для дальнейшего развития навыков культуры общения.

Во внеучебное время авторами был организован кружок любительской съемки видео. Основная задача эксперимента – дать участникам возможность объективно оценить свои коммуникативные качества, увидеть свои сильные и слабые стороны и навыки в общении. Данная задача решалась путем приобщения студенческой молодежи к любительскому видеотворчеству. Программа кружка была полностью адаптирована под участника, не имеющего навыков съемки и работы с видео. Деятельность кружка не подразумевала профессиональную аппаратуру и сложные программы для обработки видео. Курс был адаптирован для любительской, непрофессиональной творческой деятельности, использовалась непрофессиональная техника (смартфоны, iPhones, непрофессиональные камеры, не требующие овладения профессиональными навыками видеосъемки). Главная

цель - не создание качественного высокопрофессионального видеоролика, а возможность взглянуть на себя со стороны и зафиксировать результат. Также видеоформат обеспечивал наглядность при обсуждении, возможность детального разбора определенных моментов в группе.

На первом этапе эксперимента было проведено видеоинтервьюирование участников исследования с целью выявления изначального уровня развития их коммуникативной культуры. На протяжении эксперимента работа в группе и интервьюирование участников фиксировались на видео. Далее следовал групповой просмотр видеоматериалов (короткометражных видеороликов и фильмов), содержащих информацию о формировании и развитии культуры общения, о видеосъемке и способах обработки и монтажа видеоматериалов, с последующим обсуждением внутри исследуемой группы. Перед участниками была поставлена задача выявить и проанализировать коммуникативные навыки основных персонажей видеоматериала, а именно:

- 1) умение формулировать текст сообщения в доступной форме;
- 2) речевые умения;
- 3) умение грамотно построить внешние и внутренние проявления;
- 4) умение воспринимать входящую информацию;
- 5) умение преодолевать коммуникативные барьеры.

В процессе дискуссии через индивидуальное впечатление увиденного видеоматериала было составлено общее мнение. Кроме того, нам удалось сформировать у участников новое понимание процесса создания видеопродукта как творческо-коммуникативной деятельности в рамках досуга. Мы постарались передать основные знания, необходимые для съемки видео, и вовлечь участников в творческий процесс: участникам было необходимо снять видеоролик с собственным участием на свободную тему, самостоятельно обработать его по предложенной в видеоматериалах схеме. Целью данных действий было более глубокое проникновение автора в материал видеоролика, что в дальнейшем способствовало детальному осмыслению своего коммуникативного поведения. После чего данный ролик демонстрировался и обсуждался в группе с целью определения уровня развития коммуникативных навыков автора по указанным выше критериям. Перед участниками была поставлена задача снять новый видеоролик с учетом выявленных в результате обсуждения рекомендаций. Съемка неоднократно повторялась. На завершающем этапе было проведено индивидуальное видеоинтервьюирование с целью сопоставления исходного и конечного уровня развития коммуникативной культуры участников.

**Выводы.** Результатом научного исследования стало подтверждение эффективности применения видеотехнологии в качестве инструмента, направленного на развитие

коммуникативной культуры молодежи. Было установлено позитивное воздействие данной видеотехнологии на формирование и развитие коммуникативной культуры молодежи. Данная технология позволила участникам получить более наглядную картину развития личных коммуникативных навыков. В ходе творческой деятельности по созданию видеопродукта (съемки, самостоятельной обработки видеороликов), их просмотра в группе и применения рекомендаций других участников группы были определены критерии роста и направления совершенствования коммуникативной культуры каждого из участников исследования. Простота, доступность и наглядность данной видеотехнологии позволяют легко адаптировать ее под разные внешние условия и эффективно применять на практике.

### Список литературы

1. Кораблева Г.В. Основы коммуникативной культуры // Известия Оренбургского государственного аграрного университета. Оренбург, 2004. С. 93.
2. Кон И.С. Психология ранней юности. М.: Просвещение, 1989. С. 256.
3. Лисовский В.Т. Социология молодежи. СПб.: Изд-во С.-Петербур. ун-та., 1996. С. 361.
4. Курьшева О.В. Психологическая характеристика молодежи как возрастной группы // Вестник Волгоградского государственного университета. Сер. 7, Филос. 2014. № 1 (21). С. 67.
5. Бабаева Е.В., Ганьшина Г.В., Муравьева Ж.В. Организация досуга студенческой молодежи: историко-культурологический опыт 1970-1980 гг.: монография / ГГТУ. М., 2017. С. 168.
6. Ганьшина Г.В., Бабаева Е.В., Муравьева Ж.В. Формирование ценности здорового образа жизни у студенческой молодежи средствами социально-культурной анимации и рекреации. Современные тенденции развития социально-культурной деятельности и художественного образования: теория и практика: коллективная монография / под ред. Г.И. Грибковой. М.: УЦ Перспектива, 2017. С. 184.
7. Козак О.В. Развитие коммуникативных навыков студентов как ключевого фактора полноценной учебной деятельности // Современные тенденции развития социально-культурной деятельности и художественного образования: теория и практика. М., 2017. С. 177-183.
8. Гук А.А. Эстетические особенности видео как творческо-коммуникативной деятельности: автореф. дис. ... докт. фил. наук. –Москва, 2010. С. 3-4.
9. Дюжева М.Б., Дюжева А.А. Инновационные и нетрадиционные педагогические технологии в обучении школьников хореографии // Сибирский торгово-экономический



журнал. 2011. № 14 (Спец. выпуск). С. 6.

10. Косицына Е.Ф., Чирич И.В. Использование видеоматериалов в обучении русскому языку // Вестник Ассоциации вузов туризма и сервиса. 2017. Т. 11. № 3. С. 74–80.