научный электронный журнал
Studia Humanitatis Borealis / Северные гуманитарные исследования
https://stnb.petrsu.ru **http://petrsu.ru**

УДК 174.1

ЦИФРОВОЙ ДЕЛОВОЙ ЭТИКЕТ В ДИСТАНЦИОННОМ ФОРМАТЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

МАМИНА РАИСА ИЛЬИНИЧНА
доктор философских наук,
профессор,
Санкт-Петербургский государственный электротехнический университет «ЛЭТИ» им. В. И. Ульянова (Ленина), Гуманитарный факультет, кафедра философии,
Санкт-Петербург, Российская Федерация,
maminaraisa@yandex.ru

ПИРАЙНЕН ЕВГЕНИЯ ВИКТОРОВНА
кандидат философских наук,
доцент,
Санкт-Петербургский государственный электротехнический университет «ЛЭТИ» им. В. И. Ульянова (Ленина), Гуманитарный факультет, кафедра философии,
Санкт-Петербург, Российская Федерация,
evpirainen@gmail.com

Ключевые слова:
Нетикет
цифровой этикет
репутация
бренд
цифровые гуманитарные науки
цифровые технологии
дистанционное образование

Аннотация:
В статье выделены сущностные характеристики и специфика цифрового делового этикета. В рамках проблемных зон дистанционного формата высшего образования, которые актуализировались (обнажились) в условиях пандемии, показаны роль и значение цифрового делового этикета как инструмента эффективной коммуникации в Интернет-пространстве вузовской среды. Работа базируется на применении методологии культурфилософского, аксиологического и междисциплинарного подходов к рассмотрению цифрового этикета как нового коммуникативного феномена новой реальности.

© 2020 Петрозаводский государственный университет

Получена: 27 ноября 2020 года Опубликована: 27 декабря 2020 года

ВВЕДЕНИЕ

Цифровой деловой этикет – это еще один новый коммуникативный феномен цифровой эпохи. Цифровой деловой этикет, также как и цифровой этикет отражает свойства этикетной коммуникации и ее специфику в информационно-коммуникативном пространстве Сети третьего поколения – Web 3.0. Одной из качественно новых характеристик нового Web считается «взаимодействие Интернета с физическим миром»[1] или phygital-взаимодействие.

По мнению аналитиков, именно данный термин наиболее адекватно отразил объединение двух реальностей физической – Physics и цифровой – Digital. Phygital-взаимодействие одновременно работает в реальном и виртуальном пространствах, а это значительно расширяет возможности интерактивной

функции сети Интернет. В частности, к специфическим особенностям phygital-коммуникации относят: нелинейность, возможность передавать объемную многоплановую информацию, доступную в любое время в любом месте, причем не только для восприятия. Так среди наиболее прогрессивных новаций phygital-взаимодействия – применение голосовой речевой коммуникации в Интернет.

Это определяет важную особенность новых регулятивов, а именно то, что они реализуются при помощи всех форм этикетной коммуникации: *письменной, поведенческой* и *речевой*, в отличие от Нетикета (от слияния англ. «network» – сеть и франц. «etiguette» – этикет), определившего основные правила письменной и поведенческой культуры в виртуальном пространстве Web 1.0, Web 2.0.

РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

В настоящее время специалисты обращают внимание и на наметившуюся тенденцию возрастающего значения искусства общения в пространстве всех сред коммуникативного взаимодействия – Physics, Digital, Phygital:

«Голосовая коммуникация вернет утраченную позицию, потому что мы делаем поисковые запросы в Интернете, бронируем гостиницы, осуществляем финансовые транзакции, управляем домами и машинами, отправляем сообщения и даже (шепотом) взаимодействуем с другими людьми посредством общения и слушания» [8: 32].

Соответственно, возрастает и значение поведенческой культуры в каждом пространстве этих сред.

В пространстве Physics этикетное поведение, в отличии от правил хорошего тона, всегда ценностно обусловлено, всегда направлено на признание ценности Другого / Других. В обществе и за этикетом, и за правилами вежливости закрепляется облагораживающая функция, но по отношению к вежливости она представляет собой исключительно формальную утонченность, которая достаточно слабо активизирует моральный фактор. Это значит, что в условиях этикетной коммуникации независимо от того, каков ее «гештальт», решает ситуацию ее нравственное содержание, а не красота формы, поэтому этикетным считается только то поведение, которое обусловлено ценностной установкой, эстетически оформлено посредством этикетной нормы и направлено на Другого/Других.

При этом социальное взаимодействие, определяющее специфику этикетной коммуникации, на протяжении всего существования этикетных норм осуществляется согласно трем основным иерархическим структурам: гендерные, возрастные, статусные. Гендерные – предоставляют преимущество женщине, возрастные – старшему по возрасту, статусные – лицу, имеющему более высокий статус. Исследователи, специализирующиеся в области этикетной проблематики, отмечают, что порядок может варьироваться в зависимости от ситуации, социальных условий, возможны совмещения и наложения этих иерархий. Однако данная схема является основой построения всех многочисленных правил этикетного поведения[2].

В целом, специалисты подчеркивают, что этикетные нормы, будучи на первый взгляд формальными, на деле способствуют «очеловечиванию человека», т.е. выполняют моральную функцию, поскольку ориентированы на гуманизацию отношений и культуры поведения в обществе [1: 242–243].

Цифровой этикет отражает свой аналоговый эквивалент в Digital пространстве и регулирует взаимоотношения людей в соответствии с общепринятой иерархией, но уже в ее современном, демократическом прочтении. Соответственно, цифровой деловой этикет, отражает в сети Интернет свой аналоговый эквивалент – это деловой этикет. Отличительной чертой делового этикета являются партнерские отношения, которые строятся на протокольных принципах равенства, взаимного уважения и учета взаимных интересов. Цифровой деловой этикет реализует партнерские отношения в виртуальных практиках делового сообщества, что выражается в относительно строгом соблюдении принятых правил делового общения. В частности, если цифровой этикет допускает определенную степень свободы общения на межличностном и групповом уровнях взаимодействия, то в цифровом деловом этикете не подлежат обсуждению, например, правила деловой переписки: грамотность написания текста, независимо от формата (электронное письмо или переписка в мессенджере), приватность, сохранность личных данных.

Сегодня поведение в Сети обусловлено не только правилами письменного, поведенческого и речевого этикета, но и правилами обращения с новыми технологиями, которые проникли во все сферы профессиональной деятельности, повседневной и личной жизни. Использование одних и тех же средств коммуникации как в личных, так и в деловых целях привело к размыванию границ между личным и профессиональным, рабочим и повседневным, поэтому следует быть очень осмотрительными в отношении информации, которая попадает в открытый доступ. Специалисты подчеркивают, что сегодня вопросы репутации и этичного поведения в бизнесе и отдельных людей, и организаций оцениваются как

факторы экономического порядка, наряду с такими, как труд, капитал и технологии [7: 89]. Однако тема репутации в связи с ростом новых и новейших ИКТ, стала темой дня не только для бизнеса и его представителей. Особую актуальность она приобрела в связи с пандемией для таких важных социальных институтов как здравоохранение и образование.

Отдельно следует отметить, что цифровой этикет и цифровой деловой этикет еще только оформляются как виды поведенческой культуры в Сети, и на сегодняшний день между ними нет четкого разделения. Однако речь идет о разных сферах коммуникативного взаимодействия в пространстве Интернет, соответственно, и разной специфике этого взаимодействия. [4] В то же время некоторые правила цифрового этикета и цифрового делового этикета уже являются общепринятыми, некоторые находятся в стадии разработки, некоторые активно разрабатываются специалистами в качестве рекомендаций. Эти рекомендации основаны на разборе ситуаций взаимодействия пользователей с новыми технологиями в деловой и неделовой среде с целью определения этикетного[3] / неэтикетного[4] поведения в Сети [2] [3] [5]. Одновременно речь идет о выделении предметного поля цифрового этикета и цифрового делового этикета как относительно самостоятельных коммуникативных феноменов, актуальность которых в условиях пандемии значительно возросла, особенно в деловой среде.

Вместе с переходом на удаленный режим работы – частичный или полный, именно нормы цифрового делового этикета во многом обеспечили возможность построения эффективной деловой коммуникации. В период коронавирусного карантина цифровой деловой этикет стал важным инструментом интерактивного взаимодействия во многих жизненно важных сферах деятельности современного социума, включая международную. Однако переход на дистанционный формат выявил и целый ряд проблемных зон цифрового взаимодействия, как общих, так и в зависимости от направления деятельности. Например, в сфере образовании к проблемным зонам следует отнести проблемы технологического, психологического, коммуникативного, методологического, правового, а также мировоззренческого характера. Остановимся несколько подробнее на некоторых из этих зон.

Прежде всего, это технологическая составляющая дистанционного обучения, которая, наряду с наличием самой технологической базы, как главное в условие включает владение и преподавателями, и студентами навыками работы с новыми технологиями. В весенний период, когда все м вузам Российской Федерации и другим образовательным учреждениям было рекомендовано перейти на дистанционный ре жим обучения, многие оказались не готовы к работе в новом формате. Ситуация во многом изменилась ко времени наступления второй волны пандемии. К новому учебному году вузами был накоплен определенный опыт в плане онлайн-образования: открыты новые образовательные платформы, оперативно разработаны программы и вебинары, обучающие работе с новыми технологиями. В процессе разработки находятся: система организации и контроля проведения занятий в удаленном режиме, а также правовые вопросы дистанционного образования и др. Одновременно актуализировались и рекомендации этикетного характера, специфика которых обусловлена спецификой делового взаимодействия в пространстве нового Web. Остановимся на некоторых рекомендациях цифрового делового этикета, касающихся проведения занятий в режиме видеоконференций. Эти рекомендации включают четыре основных аспекта: вербальный, визуальный, организационный и технический[5]. Рассмотрим эти аспекты применительно к дистанционному формату работы вузов.

Например, вербальный аспект касается соблюдения правил поведенческой культуры во время проведения лекций, семинаров, рабочих совещаний в формате онлайн-конференций – правила приветствия и прощания, включения и выключения микрофона, комментарии в эфире и в чате и др. Особенность сферы образования заключается в том, что здесь нельзя ограничится асинхронным форматом коммуникации, обучение происходит в онлайне, согласно установленному расписанию. Возникает проблема многозадачности: одновременно приходится и давать / воспринимать материал, и следить за сообщениями в чате, и за активностью участников, – а это всегда снижает продуктивность работы.

Визуальный аспект включает одежду, внешний вид, фон, который захватывает камера. В частности, в рамках дистанционного формата рекомендуется повседневная деловая одежда нейтральных цветов (пижама и строгий деловой костюм оцениваются как две крайности в рамках практик образовательной среды). Однако все ситуативно, если речь идет о встрече, например, с администрацией, строгий внешний вид значительно дополнит общую картину восприятия. Также сложно застраховаться от неожиданностей в эфире, причиной которых могут стать члены семьи, домашние животные или соседи. Многочисленные примеры курьезных ситуаций обозначили новое проксемическое правило видеоконференций: положение спиной в стену. Безусловно, можно работать онлайн и без включения камер, но тогда это должно быть общее требование и здесь появляется еще

одно этикетное правило – поставить в электронный профиль свое актуальное фото, таким образом как бы создается эффект присутствия.

Одной из рекомендаций организационного характера является умение преподавателем структурировать учебный материал таким образом, чтобы не терять внимание аудитории, поскольку дистанционное общение увеличивает нагрузку на мозг и человек устает быстрее, чем в обычном режиме, и, как следствие, коммуникация становится неэффективной. Похожие рекомендации касаются и самих студентов особенно в вопросах подготовки текстовых сообщений, предназначенных для публичного выступления, что также обусловлено психологическими и коммуникативными особенностями интерактивного взаимодействия в цифровой среде. В реальном общении, как отмечают специалисты, действуют другие психологические законы. В частности американский писатель и педагог Поль Сопер отмечает, что группа слушателей – это нечто большее, чем простое скопление люде, она подчиняется законам психологии внимания. В этой связи он подчеркивает, что опытные ораторы знают, как важно захватить внимание всей группы в целом, и если удалось возбудить интерес аудитории, то естественная заразительность настроения поможет его поддержать [6: 170–172]. В цифровой реальности взаимодействие с аудиторией отличается отсутствием коллективного «мы» и эффекта заражения. Спикер (преподаватель или студент) выступает перед целевой аудиторией, которая имеет атомарный характер, что значительно осложняет интерактивную коммуникацию в Сети. Нарушение коммуникации идет и в плане обратной связи по каналу невербального языка общения, который присутствует в формате видеоконференций в весьма минимизированном объеме. В этом отношении большое значение играет такая психологическая составляющая этикета, как умение контролировать свои эмоции, свою речь, поведенческие реакции. Например, важно помнить, что при включенной видеокамере может произойти нечто абсолютно непредвиденное как в вашем пространстве, так и в пространстве партнеров по общению.

В свою очередь, в технической составляющей поведенческой культуры в Сети акцент делается на подготовке и проведении видеоконференции в плане работы настроек – вход / выход, качество звука, расположение камеры, предупреждение технических неполадок и др., что также имеет не только непосредственно технический, но и этикетный характер.

Таким образом, в цифровом деловом этикете, адаптированным применительно к подготовке и проведению учебных занятий, в частности, в виде видеоконференций в дистанционном формате вузовской среды, речь идет о том, как эффективно использовать цифровой формат и в образовательных и в воспитательных целях. В цифровом этикете ценность Другого / Других не теряет своего значения, но имеет не только прямой, но и опосредованный новыми технологиями характер. Рекомендации по проведению вузовских видеоконференций являются еще одним важным этому подтверждением.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Работа по совершенствованию технологических, психологических, коммуникативных и методологических составляющих дистанционного образования, имеющих в том числе и этикетное содержание, направлена на совершенствование дистанционного формата вузовского образования. Однако проблемы мировоззренческого плана, как показала практика, могут быть решены только в рамках живого общения. Это процесс определяется, с одной стороны, как процесс социализации, т. е. превращения студенческой молодежи в носителей общественных отношений, с другой, – как процесс их культурации, т.е. приобщения к накопленному в истории и культуре знаний, ценностей, идеалов, а также новых ценностей новой эпохи, такое приобщение не может быть реализовано в режиме исключительно дистанционного формата. Сегодня понимание того, что дистанционное обучение представляет собой важную, но только составляющую вузовского образования, поддержано и на уровне общественного сознания (мнения) и на государственном уровне. В этой связи одной из первостепенны х задач высшей школы становится системный анализ проблемных зон дистанционного обучения, включая правовой аспект, с целью его совершенствования как неотъемлемой составляющей современной системы высшего образования.

ПРИМЕЧАНИЯ

[1] Хветкевич А. Говорит и показывает Интернет или Web 3.0 в действии [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://info.nic.ua/articles/article-opinion/govorit-i-pokazyivaet-internet-ili-web-3-0-v-d (дата обращения: 10.03.20).

[2] Козьякова М. И. Этикет как феномен культуры [Электронный ресурс] // Электронный журнал Культура культуры. 2016. №4. Режим доступа: https://cyberleninka.ru/article/n/etiket-kak-fenomen-kultury/viewer (дата обращения 05.12.2020).

[3] Цифровой этикет: Как успешно провести онлайн-переговоры. Разбираемся вместе с компанией «Билайн» [Электронный ресурс] // Meduza Project. Режим доступа: https://meduza.io/feature/2017/12/07/kak-provesti-idealnyy-konferents-koll-13-pravil (дата обращения: 21.12.2020).

[4] Элькин А., Пащенко М. НеоЭтикет: новая грамотность в цифровом веке. [Электронный ресурс]. Режимдоступа:https://hi-tech.ua/blog/neoetiket-novaya-gramotnost-v-tsifrovom-veke-sovetyi-ot-tehnologicheskih-gurmanov-pael/ (дата обращения: 25.12.2020).

[5] Агапова Н., Кузьменко Т. «Умные выходные»: Цифровой этикет в соцсетях и деловом общении. [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.tsu.ru/news/umnye-vykhodnye-tsifrovoy-etiket-v-sotssetyakh-i-d/ (дата обращения: 05.12.2020).

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Волченко Л. Б. Этикет как подсистема морали и предмет этической рефлексии. М.: Знание, 1982. 64 с.

2. Джонсон Д., Тайлер Л. Не кладите смартфон на стол. Правила этикета, которые помогут вам всегда быть на высоте. М.: Одри, 2016. 176 с.

3. Лукинова О. Цифровой этикет. Как не бесить друг друга в интернете. М.: Эксмо, 2020. 240 с.

4. Мамина Р. И. Искусство самопрезентации в эпоху цифры. СПб.: ИД «Петрополис», 2020. 212 с.

5. Пост П., Пост А. и др. Деловой этикет от Эмили Пост. М.: Э, 2013. 794 с.

6. Сопер П. Основы искусства речи. М.: Яхтсмен, 1995. 415 с.

7. Тапскотт Д. Технология блокчейн: то, что движет финансовой революцией сегодня. М.: Эксмо, 2017. 448 с.

8. Трежер Дж. Выступление в стиле TED. Говорю. Слушаю. Слышу. СПб.: Питер, 2018. 336 с.

REFERENCES

1. Volchenko L. B. Etiquette as a Subsystem of Morality and the Subject of Ethical Reflection. Moscow, 1982. 64 p. (In Russ.)

2. Johnson D., Tyler L. Do not Put your Smartphone on the Table. Rules of Etiquette that will Help you Always be on Top. Moscow, 2016. 176 p. (In Russ.)

3. Lukinova O. Digital Etiquette. How not to Infuriate Each Other on the Internet. Moscow, 2020. 240 p. (In Russ.)

4. Mamina R. I. The Art of Self-presentation in the Age of Numbers. Saint-Petersburg, 2020. 212 p. (In Russ.)

5. Post P., Post A. Emily Post's The Etiquette Advantage in Business: Personal Skills for Professional Success. Moscow, 2013. 794 p. (In Russ.)

6. Soper P. Fundamentals of Art of Speech. Moscow, 1995. 415 p. (In Russ.)

7. Tapscott D. Blokchein Technology: What Moves the Financial Revolution Today. Moscow, 2017. 448 p. (In Russ.)

8. Treasure J. TED talk. Speak. Listening. Hear. Saint-Petersburg, 2018. 336 p. (In Russ.)

DIGITAL BUSINESS ETIQUETTE IN THE DISTANCE FORMAT OF HIGHER EDUCATION

MAMINA Raisa

Doctor of Philosophy,
Professor,
St. Petersburg Electrotechnical University «LETI», Faculty of Humanities, Department of Philosophy,
Saint-Petersburg, Russian Federation,
maminaraisa@yandex.ru

PIRAYNEN Evgeniya

Candidate of Philosophy,
Associate Professor,
St. Petersburg Electrotechnical University «LETI», Faculty of Humanities, Department of Philosophy,
Saint-Petersburg, Russian Federation,
evpirainen@gmail.com

Keywords:
Netiquette
digital etiquette
reputation
brand
digital humanities
Digital technologies
distance education

Summary:
The article highlights the essential characteristics and specifics of Digital Business Etiquette. The role and importance of digital business etiquette as a tool for effective communication in the internet space of the university environment are shown within the framework of the problem areas of the di-station format of higher education, which were updated in the context of the pandemic. The study is based on the application of the methodology of cultural-philosophical, axiological and interdisciplinary approaches to the consideration of digital etiquette as a new communicative phenomenon of a new reality.