

Андреев Анатолий Николаевич

Московский государственный университет технологий и управления
имени К.Г. Разумовского (г Москва, Россия)
anandreev58@mail.ru

ИНФОРМАЦИОННАЯ КОМПЕТЕНЦИЯ КАК КЛЮЧЕВАЯ ПРОБЛЕМА СОВРЕМЕННОГО ОБРАЗОВАНИЯ

В статье рассматривается информационная цепочка познания (науки), которая сегодня обретает следующие очертания: *объект познания – субъект познания – способ познания – результат познания – результат познания как информационный продукт*. При этом конечное звено, адресованное потребителю, представляет собой «яркую» и «доступную» форму упаковки научного дискурса (содержания). Отсюда противоречие между научным содержанием (контентом) и формой презентации контента. Не учитывать культ формы сегодня невозможно, поскольку это язык эпохи, но не учитывать при этом особенности научного дискурса также невозможно, поскольку это язык науки. В этой связи ключевая компетенция, формируемая в университете, определяется следующим образом: это умение работать с информацией, которое определяется качеством мышления.

Ключевые слова: научный дискурс, информационный продукт, цифровизация образования, информационная компетенция

The article considers the information chain of cognition (science), which today gains the following outlines: the object of cognition – the subject of cognition – the method of cognition – the result of cognition – the result of cognition as an information product. At the same time, the ultimate element addressed to the consumer is a “bright” and “accessible” form of wrapping of scientific discourse (material). Thence the contradiction between scientific material (content) and the form of content presentation. It is impossible to ignore the cult of form today, because it is the language of the epoch, but it is also impossible to ignore the peculiarities of scientific discourse, because it is the language of science. In this regard, the key competence formed at university is defined as follows: it is the ability to work with information, which is determined by the quality of thinking (reasoning).

Keywords: scientific discourse, information product, digitalization of education, information competence

Наша информационная эпоха, предложив новые невероятные возможности, породила множество соблазнов и иллюзий, сопоставимых с обретенными возможностями, и даже превосходящих их потенциал. Плюсы и минусы всегда идут рука об руку. При этом всегда хочется большего, как известно.

Одна из актуальных и, конечно же, благородных просвещенческих иллюзий заключается в том, что, разложив человека как существо информационное на уровни и клеточки, можно чуть ли не до каждого донести концепцию (теорию) любой сложности. Вопрос ставится так: *отныне нет настолько сложной организованной информации, которая была бы доступна разве что специально подготовленным людям; есть неэффективная технология донесения информации*. Если не сумел донести, не сумел сказать просто о самом сложном, следовательно, виноват ты, а не тот, до кого «не доходит».

В плоскости научной вопрос ставится следующим образом: теория, даже самая сложная и совершенная, представляет собой некую «вещь в себе»; с точки зрения конечного потребителя, теория (итог колоссальной аналитической работы, которая включает в себя неординарные интуитивные прозрения) выглядит как сырье – как материал, подлежащий обработке. Цель такой обработки – придать теории формат информационного продукта, ибо: *если есть потребитель, следовательно, должен быть и продукт, а если продукта нет, то и теории никакой не существует как социально востребованного «проекта»*.

Конечная цель информационной цепочки познания (науки) обретает следующие очертания: **объект познания – субъект познания – способ познания – результат познания – результат познания как информационный продукт**. Нет конечного звена (культурипродукта) – вся цепочка становится неэффективной, не обретает законченности и завершенности.

Итак, содержание научного познания находит свое адекватное выражение в форме научного дискурса.

Что касается **информационного продукта**, то он представляет собой «яркую» и «доступную» форму упаковки научного дискурса.

Де факто эпоха предлагает нам культивировать форму, если хочешь быть конкурентоспособен на рынке образовательных услуг. Но если ты выигрываешь конкуренцию по этим правилам, то страдаешь в первую очередь образование (что уже, конечно, неважно для тех, кто лидирует на рынке образовательных услуг). Как говорится, рынок и конкуренция: ничего личного.

История про цифровизацию (в обозначенном нами контексте) – это история про культ формы любой ценой. *Нечего сказать – говори красиво*, устраивай пышную презентацию, выдавай на гора продукт в яркой упаковке.

По сути, конечно, мы имеем дело с противоречием между научным содержанием (контентом) и формой презентации контента.

Подобную информационную картину (явный уклон в формализм) хочется назвать **демократизацией процесса познания** – и тут же хочется засомневаться: а возможна ли такая демократизация в принципе, способна ли информационная (читай – цифровая) эпоха обеспечить заявленное качество «продукта»?

Для сомнений есть почва. Почему культурипродукт как необходимое звено познания стал актуальным именно сегодня?

Да потому, что сегодня, в эпоху капиталистических, рыночных отношений, все вокруг должно иметь товарный вид, ибо императив капитализма –

все на продажу. Спорить с этим в эпоху потребления, которая стремительно скатывается к суперкапитализму, бессмысленно. Эпоха потребления, соединив рыночные возможности с возможностями цифровой революции, диктует нам формат: информационный продукт.

К. Маркс, Э. Кант или Г.Ф. Гегель не особо заботились о потребителе: легионы толкователей и интерпретаторов адаптировали их теории и словесные формулы к различным уровням массового и индивидуального сознания – и их учение жило и процветало. Целые социальные институты разясняли сложность теории («компендиум чистых дефиниций»), популяризировали ее, но не ставили задачу донести до потребителя как продукт. Кто мог и хотел, тот пользовался услугами популяризаторов. Кто не хотел или не мог (не имел такой потребности), тот проходил мимо этого пласта культуры.

Сегодня человек, осознанный, повторим, как объект информационный, стал обозрим для изучения с разных сторон. Как открытая информационная система (психика и сознание неплохо изучены сегодня в функциональном отношении) человек стал вполне проницаем для информационного воздействия любой сложности. Возник соблазн: внедрение в сознание человека любой информационной картины мира, любой системы ценностей, любой науки – всего лишь вопрос информационной технологии.

Технология выделилась из процесса познания и стала контролировать его, имея доступ к качеству информационного продукта.

Почему мы говорим в этой связи о соблазнах и иллюзиях? Не верим в возможности технологии?

Нет, в ее безграничные манипуляционные возможности мы как раз верим. Мы сомневаемся в том, что возможно изменить или «улучшить» информационную природу человека (законы взаимоотношений психики и сознания).

Сложные информационные системы, возведенные в степень философских, всегда интересовали относительно небольшое количество людей. И это следует признать нормальным: **восприятие информационного объекта гигантской сложности – это природный дар.** Этому невозможно научиться, если нет природных способностей.

Следовательно, человека в идеале можно «подтянуть» до его максимальных возможностей, но его нельзя научить тому, к чему он не готов от природы. «Демократизация процесса познания» сильно отдает волонтаризмом и вульгаризацией теперь уже со стороны цифровых и рыночных технологий. Если любого студента можно научить постижению предмета любой сложности, то **роль профессора становится служебной: профессор становится технологом, ответственным за изготовление информационного продукта.** Если предмет успешно отформатирован как информационный продукт (убран весь сложный, мешающий непосредственному восприятию контент), то, в принципе, можно обойтись и без профессора. **Цифровизация, культивирующая форму в сложном процессе познания, делает профессора лишним, избыточным звеном.**

Но если «продукт» не отражает и в принципе не способен отразить всей сложности науки (целостного дискурса), стремление «обойтись без профессора» становится опасной иллюзией. Дело в том, что в информационном процессе передачи знаний профессору отводится роль *информационного гида*, – гида в той информационной вселенной, к созданию которой он сам отчасти приложил руку как ученый. Он, так сказать, царь и бог в своей сфере. Он, конечно, знает кратчайшие информационные тропы и пути выхода из бесконечного информационного лабиринта, но это имеет мало общего с информационным продуктом. Обучать науке и «внедрять» науку в голову нерадивого студента – разные вещи. В первом случае цифровизация становится инструментом в руках профессора; во втором, профессор превращается в приложение к «цифре».

Сегодня цифровизация из способа (средства) норовит превратиться в цель, из формы – в содержание. Подобное происходит потому, что еще не осознаны возможности «цифры», но сами по себе возможности оценены как впечатляющие. Поэтому есть смысл напомнить себе, что является *целью образования*. Какие компетенции оно формирует? Во имя чего?

Согласно актуальным социологическим данным, каждый второй россиянин сегодня работает не по специальности. В таком случае уместно поставить вопрос: какую ключевую компетенцию мы формируем в университетах, компетенцию, которая позволяет менять специальности, оставаясь при этом на уровне высшего образования?

Компетенция эта – **умение работать с информацией**: получать ее, хранить, анализировать, структурировать, передавать. Законы работы с информацией универсальны. И психолог, и менеджер, и экономист, и учитель – все имеют дело с информацией. Поменять специальность мы можем – однако умение работать с информацией не только никуда не уходит, но и постоянно совершенствуется. Главная компетенция прирастает новыми специальностями.

В таком случае, профессор, информационный гид и креатор, становится незаменим. Работая с информацией, профессор учит эффективно мыслить. **Качество мышления – вот за что должен отвечать университет.** Именно такие функции возлагает наша информационная эпоха на университеты. Если мы будем доносить до студента-потребителя информационный продукт, и будем делать это хорошо, то путь к новым специальностям для него будет закрыт. Чем лучше мы будем работать в качестве технологов по изготовлению продукта, тем хуже будет для студентов.

Предмет лекции у хорошего профессора всегда законы, а не факты. Информационный продукт делает законы лишним звеном в донесении информации. Законы формируют и развивают мышление, а продукт как результат мышления развивает совсем иные информационные навыки.

Науке надо обучать как науке, а не как технологии усвоения продукта. Продукт, кстати, – тоже по-своему интересный формат, только в качестве средства популяризации – прежде всего для тех, кто данной наукой профессионально не занимался.

Вывод напрашивается такой. Если цифровые технологии помогают постигать законы, если они поставлены на службу познанию и в этом смысле оптимизируют процесс информационной работы, – если они выполняют функцию формы, то это хорошо и правильно. Мы за такую функцию цифровизации образования. Если цифровые технологии выполняют функции противоположные названным – стремятся подменить собой научный дискурс, – это плохо и неправильно. Подлинным же центром образования был и остается профессор. Не учитывать культ формы сегодня невозможно, ибо это язык эпохи; но не учитывать при этом особенности научного дискурса также невозможно: это язык науки. Необходим компромисс, не только не разрушающий баланс «содержание – форма», но и обеспечивающий процесс «постижения сути».