

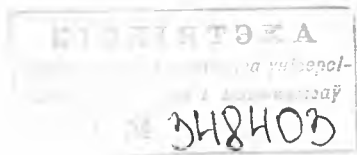


АКАДЕМИЯ УПРАВЛЕНИЯ
ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Т. М. Смоликова

**ЛИЧНОСТЬ
В ПРОСТРАНСТВЕ МЕДИА:
ОСОБЕННОСТИ
ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ**

Минск
2018



УДК 008 : 004
ББК 32.973.202
С51

Рецензенты:

кандидат культурологии *Л. С. Кожуховская*;
кандидат философских наук, доцент *И. И. Таркан*

Смоликова, Т. М.

С51 Личность в пространстве медиа: особенности взаимодействия / Т. М. Смоликова ; Акад. упр. при Президенте Респ. Беларусь. – Минск : Академия управления при Президенте Республики Беларусь, 2018. – 234 с.

ISBN 978-985-527-393-7.

Монография посвящена актуальным проблемам адаптации и стратегии жизни личности в условиях современного медиaprостранства. Рассматривается взаимосвязь процессов пространства медиа и информационного общества как ступени развития современной цивилизации.

Проводится анализ конвергентных медиатехнологий и их воздействия на физиологию, сознание и духовно-культурные структуры личности. Отражена проблема интеграции образования и медиакультуры.

Монография адресована широкому кругу читателей, а также студентам, аспирантам, преподавателям, специалистам в области журналистики, социологии, культурологии, социальной философии, политологии, истории, педагогики, социальной работы, социальной психологии.

УДК 008 : 004
ББК 32.973.202

ISBN 978-985-527-393-7

© Смоликова Т. М., 2018

© Академия управления

при Президенте Республики Беларусь, 2018

ПРЕДИСЛОВИЕ

Человек в современном информационном пространстве

Современная фаза развития человечества, полная противоречий и неожиданностей, открыла людям немало перспектив и возможностей, и в то же время кардинально изменила нашу планету, поставила перед нами трудноразрешимые, не имеющие в прошлом аналогов проблемы. Современный мир все чаще характеризуется как нестабильный, динамичный и даже катастрофичный. Неслучайно сегодня на первый план выходят проблемы бытия человека, созданного им мира культуры и его пространства.

Пространство представляет собой важнейший аспект модели мира, а его осмысление имеет давнюю историю. Изучение пространства (и времени) как формы существования материи началось в античной философии. С развитием истории человечества возникает понятие социального пространства, в котором разрозненные исторические эпохи связываются в единый исторический пространственно-временной поток. Во второй половине XIX в. в осмыслении пространства появляется тенденция к его дифференциации, связанной с разграничением видов деятельности человека.

Освоение пространства привело человечество к созданию различных концепций физического, материального, философского, мифологического, религиозного, художественного, культурного, информационного медиапространства. Человек постепенно становится субъектом и объектом многомерного – физического, социального, культурного и иные – пространства.

Культурное пространство объединяет в себе весь комплекс соприкасающихся и взаимодействующих пространств культуры. Человек обитает в нем так же, как он обитает в пространстве физическом. Не подлежит сомнению, что средства массовой информации оказывают глубочайшее воздействие на установки и мировоззрение людей. Они передают все то многообразие информации, которое невозможно получить иным способом. Газеты, журналы, радио, фильмы, телевидение, Интернет позволяют нам приобщаться к опыту, о котором мы иначе не имели бы ни малейшего представления [1, с. 85].

В современных условиях коммуникация становится все более сложным социально-культурным феноменом, который охватывает все страны мира, превращая их в глобальное коммуникационное пространство, касается различных видов деятельности и неотделим от политической, социальной, научной, образовательной и технологической эволюции.

Научно-техническая революция все активнее выдвигает на передний план массовый коммуникативный процесс, который, приобретая новые средства общения, меняет облик человеческой жизнедеятельности. С конца XX в. переворот в средствах коммуникации обусловил глобализацию информационных процессов, изменив характер и существо всей жизнедеятельности людей планеты.

Информационное общество, век технологий, глобальная информационная сеть Интернет, виртуальная реальность, «цифровая революция» – таковы лишь некоторые признаки и новые контуры культурного пространства современной цивилизации.

На этом этапе происходит становление глобального коммуникационного медийного пространства, которое оказывает существенное влияние на все стороны жизни общества, отдельного человека, на структурообразующие компоненты всей социальной системы, системы культуры. Это влияние столь существенно, что позволяет говорить о новом образе жизни.

Компьютер, воплотивший в себе всю систему новейших коммуникационных технологий, уже стал не просто техническим средством, а своеобразным продолжением самого человека, дополняя его возможности и помогая ему решать самые разнообразные задачи, от чисто бытовых до высокотворческих в области науки, техники, искусства.

Информация становится внешне более доступной, легко воспринимаемой. Это резко увеличивает скорость ее обработки и накопления. Однако одновременно это приводит к невиданным ранее возможностям, трансформации ее содержания, вплоть до полного искажения при сохранении видимости объективности.

Либерализация моральных норм ведет к нарастанию элементов релятивизма в механизме моральной регуляции поведения людей, особенно молодежи.

Интенсифицируется процесс проникновения в среду молодежи (в том числе и студенческой) не лучших образцов массовой культу-

ры. Увеличивается оторванность молодежи от ценностей классической литературы, музыки, изобразительного искусства.

Происходит стандартизация, нивелирование субкультур. Через средства массовой коммуникации усиливается пропаганда ограниченного круга образцов, преимущественно западной культуры.

Процесс создания и распространения духовных ценностей коммерциализируется.

Современная социокультурная среда характеризуется динамизмом, изменчивостью, ростом социальной мобильности, трансформацией социальных процессов, проявляющихся в резкой смене ролей, изменении временных и пространственных рамок существования и развития личности. Трансформируются традиционные механизмы идентификации личности. Медиапространство дает возможность человеку получить практически любую информацию о событиях, происходящих в мире, через глобальные сети Интернет. Более того, данная информация оказывается неподвластна какой-либо цензуре. А поскольку количество людей, объединяемых данной сетью, огромно и непрерывно увеличивается, то обработка такого массива информации позволяет получить действительно объективную картину, не зависящую от пристрастий конкретного участника данного процесса, и практически мгновенно довести ее до других людей. Правда, одновременно такая свобода и объективность информации могут оказаться во многом мнимыми, так как ее объем столь велик, что разобрататься в нем без специальной фильтрации невозможно [2, с. 27].

Последнее обстоятельство связано с тем, что визуально-образная информация воспринимается субъектом как более объективная, чем та, что передается традиционными методами, – через газеты или книги.

Интернет создает единое информационное поле, которое не знает каких-либо социально-экономических, национальных, административных, территориальных ограничений. Скорость поступления информации из самых далеких уголков нашей планеты настолько велика, что у пользователей Сети создается иллюзия присутствия в реальном процессе, который отражается в Сети.

Интернет служит мощным средством мобилизации, накопленных человеком знаний для решения тех или иных задач. Преимущества Интернета: доступность и гибкость, интерактивность, возможность размещения огромного объема материала, оперативность

распространения и получения информации. Широко используя информацию, поступающую по различным каналам Интернета, можно получить достаточно полное представление о накопленном опыте решения различных проблем и здраво оценить складывающуюся на реальный момент времени ситуацию. Что весьма существенно при принятии решений. Известно, что верность решения в огромной степени зависит от количества необходимой информации. Некоторые исследователи утверждают, что роль необходимой информации при принятии правильных решений составляет до 80 %.

Развитие информационных технологий создает предпосылки колоссальных социальных и политических изменений в жизни общества. Они позволяют осуществлять реальную децентрализацию в области трудовых отношений, что приводит к возникновению малых и гибких организационных форм, объединений, имеющих подвижную структуру, что влечет изменение характера труда. Развитие компьютерной техники и средств коммуникации ведет к изменению структуры занятости, в том числе перенесению в ряде случаев работы из офиса в жилье работника, появлению так называемых «электронных коттеджей», возникает особая форма занятости – надомный труд.

Процесс глобальной компьютеризации и превращения всего человечества в единую информационную систему может выступить мощнейшим фактором раскрытия творческих потенций личности, освободив человека, работающего в естественно-научной или гуманитарной области, в сфере искусства, в обычной жизни, от рутинного, в некоторых случаях формально-вспомогательного труда, на который часто уходит больше времени, чем на процесс творчества как такового.

Однако было бы ошибкой однозначно позитивно трактовать современные информационно-коммуникативные процессы. В последнее время эйфория адептов информационного общества сменилась тревогой. Оказалось, что у нового общества есть и негативные черты, которые, в отличие от позитивных, не смогли предсказать авторы первых работ о грядущем информационном обществе.

Конечно, в информационном обществе несоизмеримо возрастают возможности трансляции позитивных примеров жизни, отражающих судьбы людей, для которых чувство любви всегда было приоритетной ценностью. Благодаря стремительному развитию средств

массовой коммуникации несоизмеримо возрастают возможности трансляции духовных ценностей, гуманистических открытий.

Однако многие средства массовой коммуникации (СМК) чаще всего предлагают обществу сенсации, сиюминутные сюжеты, обезличенные произведения, погружая человека в усредненный информационный поток. Второстепенное, бессодержательное вытесняет жизненно важное, определяющее смысл человеческого движения во времени и пространстве.

Резко расширяя возможности общения между культурами, новейшие СМК одновременно порождают целый спектр коммуникативно-психологических проблем, и прежде всего проблему адаптации к ним человека. Изменяется качество информации, которая передается уже не только на уровне понятий, что требует ее внутренней смысловой обработки, но и на уровне образов. Информация становится внешне более доступной, легко воспринимаемой. Это увеличивает скорость ее обработки и накопления. Однако одновременно приводит к невиданным ранее возможностям трансформации ее содержания, вплоть до полного искажения при сохранении видимости объективности.

Более того, экранная культура является главным источником культивирования имиджевого мышления, для которого важнее всего не быть, а казаться, выглядеть. В глобальном информационном обществе происходит серьезная трансформация ценностей, все больше преобладает количественная, а не качественная коммуникация, девальвирующая значимость духовного общения. Массовое производство культурной продукции, глобальная агрессия СМК не самым лучшим образом влияют на человека. В результате формируется ярко выраженный тип человека – носителя массового сознания, ограниченного, прагматичного, самовлюбленного, ориентированного на потребление. Все это приводит к массовому распространению одномерных людей [3, с. 16].

Человек информационного общества погружается в пространство Интернета и компьютерных игр. В результате сокращаются его личные контакты с друзьями и знакомыми. Гиперактивность затягивает человека, и он проводит у компьютера большую часть своей жизни. Развивается зависимость от компьютера.

Весьма серьезное воздействие глобальное медиапространство оказывает на нивелирование национальных культур, идет унифика-

ция и стандартизация вне зависимости от национальных, религиозных, цивилизационных традиций и особенностей.

Интернет одновременно представляет собой опасность как некое виртуальное средство бегства от действительности, фантастическая вовлеченность помогает индивиду уклоняться от своевременного разрешения личных и социальных проблем. Интернет приводит многих пользователей к нарушению личностной коммуникативности, нарушает устоявшуюся модель социализации и инкультурации личности.

Ложно понятая теория прогресса в применении к развитию компьютерных технологий приводит к созданию искусственного противопоставления медиасредств (компьютерных технологий и прежде всего Интернета) и традиционной культуры. А это в свою очередь может привести к печальным последствиям – «размыванию» общечеловеческих ценностей, снижению общего уровня культуры в обществе [4, с. 260].

Человек погружен в очень мощное поле столкновений культурного опыта и информации. В результате потоки информации целенаправленно вытесняют духовные смыслы человеческого бытия. Информация отучает человека чувствовать и укрепляет рассудок, расчет. Каждый индивид испытывает изматывающее напряжение в результате постоянной гонки за максимальным удовлетворением материальных потребностей.

Вот почему проблема соотношения медиапространства и личности, которую автор разрабатывает на протяжении довольно длительного времени, представляется весьма актуальной не только с точки зрения теоретического осмысления, но и практико-ориентированного применения.

Ее значение обусловлено тем, что культура как таковая, культурное пространство, частью которого является и медиапространство, и человек, личность теснейшим образом взаимосвязаны между собой, взаимозависимы, взаимообусловлены.

Общество представляет собой многоуровневую, многокомпонентную социокультурную систему, включающую в себя множество изменяющихся сущностей (переменных). Основной из них, без которой общество существовать не может, является личность.

Одной из важнейших обобщающих функций культуры выступает человекотворческая функция. Будучи творением человека,

культура в своем функционировании и развитии формирует самого человека, творит его по определенному образу, определяемому ее ценностями, нормами и идеалами. Человекотворческая функция существовала всегда, но особенно большую значимость она приобретает в XXI в., когда резко возрастает не только роль творца, но и ее потребителя, слушателя, зрителя, пользователя сетей Интернет.

Актуальность данной проблематики не вызывает сомнений, вписывается в рамки культурологических исследований, связанных с коммуникационными технологиями, сетевой информационной, медиакультурой. В исследовании разрабатываются две основные линии.

Автора интересует прежде всего проблема инкультурации личности. Понятие инкультурации тесно связано с понятием социализации, которое разработано более обстоятельно (по крайней мере в русскоязычных научных источниках), на что автор резонно указывает в своем исследовании и пытается выяснить значение той и другой дефиниции.

Если инкультурация трактуется как процесс приобщения индивида к культуре, усвоения им существующих в данной культуре идеалов, ценностей, норм поведения, специфического набора социокультурных практик, а «ничейной» культуры, культуры «вообще» как известно, в принципе быть не может, закономерно возникает необходимость исследовать среду, в которой осуществляется данный процесс. Каждая культура воплощает специфический набор способов социокультурной практики конкретно-исторического сообщества. Это вынуждает автора исследовать медиапространство современной Беларуси, в котором осуществляется инкультурация.

Современное медиапространство Беларуси формирует среду жизнедеятельности, социальную и индивидуальную память, являясь одновременно глобальным источником информации и знания.

Процесс инкультурации личности в условиях медиакультуры чрезвычайно разнообразен, включает в себя реальные и виртуальные пространства, характеризуется различными стадиями, включает разные инструменты и агентов инкультурации (социализации), охватывает все сферы жизнедеятельности личности и осуществляется на протяжении всей жизни.

Рассматривая процесс формирования, развития медиапространства в современной Беларуси, оказывающее влияние на все сферы

жизнедеятельности человека, на его внутренний мир, общие направления развития медийного пространства и информационных технологий, автор отдельно выделяет информационно-образовательное пространство как одного из приоритетов.

Взаимовлияние, взаимозависимость медиакультуры и образования способствуют появлению и успешному использованию современных образовательных технологий.

Интернет-технологии не только изменили способы, с помощью которых преподаватели общаются со студентами и друг с другом, но и сами учреждения образования, которые начали активно экспериментировать в использовании киберпространства для обеспечения процесса образования от *online*-публикации образовательных программ, материалов учебных курсов, ссылок на электронные ресурсы до таких сложных методик, как разработка *online*-проектов, предусматривающих создание интерактивных веб-сайтов.

Процессы социализации и инкультурации в современном медиапространстве включает в себя множество направлений, механизмов, тенденций, особенностей в быстро меняющейся социокультурной среде.

К основным механизмам инкультурации личности в виртуальном пространстве относится иммерсия как сложное единство множества медийных форматов, образующих единый комплекс, способный трансформировать формы общения.

В данной работе интерактивность (трактовка этого понятия различными исследователями имеет довольно широкий разброс) представлена как механизм инкультурации, в котором происходит взаимодействие личности с информационно-коммуникативной средой и режим обратной связи. К одному из пространственных механизмов медиа автор относит понятие «география коммуникаций», предполагающее перемещение и сжатие пространства-времени, при котором возможно осуществлять коммуникации, путешествовать, посещать интернет-библиотеки, музеи, работать, не выходя из дома и т. д.

Рассматривая «мобильность» как механизм инкультурации, автор подчеркивает, что этот механизм отличается использованием портативных и многофункциональных медиасредств. Подчеркивается значение такого механизма инкультурации личности, как визуализация – многокомпонентного механизма, реализация которого затрагивает многие аспекты, связанные с технологическими инновациями, значи-

тельная часть которых реализуется в передовых отраслях экономики и других сферах общественной жизни.

Монография является результатом многолетней исследовательской деятельности автора, базируется на обширном теоретическом и прикладном материале, адресована прежде всего людям, занимающимся научно-педагогической, исследовательской деятельностью в области современного состояния, трансформационных процессов в сфере культуры и педагогической деятельности. Она, надеюсь, будет интересна и широкому кругу читателей.

П. Г. Игнатович, профессор

РЕПОЗИТОРИЙ БГУКИ

ВВЕДЕНИЕ

*На фабрике будущего будут заняты только двое
служащих: человек и собака. Человек будет нужен
для того, чтобы кормить собаку. Собака будет
нужна для того, чтобы не позволять человеку
прикасаться к оборудованию.*

У. Беннис

Монография «Личность в пространстве медиа: особенности взаимодействия» написана с целью ознакомления различных научных и социокультурных подходов к проблеме становления, самоидентификации и реализации личности в условиях пространства медиа. Многоаспектность одновременно самостоятельных и взаимосвязанных понятий «пространства» и «медиа» предполагает использование междисциплинарного исследовательского подхода, обращение к различным методологическим практикам современного гуманитарного знания, анализ существующих взглядов на информационную, технологическую сферы, на философские, культурологические компоненты изучения данных явлений современности.

Название заявленной темы требует некоторого исторического и теоретического экскурса рассматриваемых понятий «медиа» и «медиапространство», которым необходимо дать четкие определения и развернутые интерпретации. В различных дисциплинах и теоретических контекстах актуализируются те или иные смысловые грани данных понятий, что объясняется попытками концептуализации медиапространства как междисциплинарного объекта исследований. Данная проблема остается весьма актуальной и вызывает большой интерес не только в научной среде, так как с каждым разом она выходит на новый уровень обсуждения.

Если говорить о терминологии, часто возникает вопрос, какое из понятий – «медиа», «пространство медиа» или «медиапространство» – употреблять более корректно и в каком контексте. В научной литературе активно используются два термина. Сложность и многогранность взаимодействия медиа с личностью отражаются в сложной системе понятий, среди которых некоторые термины не получили однозначного или общепризнанного толкования. Для медиапространства не сложилось единой для всех стран терминологи-

тии. Как правило, не только научные школы, но и отдельные ученые прилагает свои варианты формулировок таких ключевых понятий, как «медиа», «медиапространство», «медиаобразование», «медиа-среда», «медиаполитика», «медиаграмотность», «медиатехнологии», «медиакультура», «медийная личность» и т. д. Разные подходы к определениям будут отражены в первой главе монографии.

В синтезе развития медиатехнологий и человека прослеживается стремление современной цивилизации развить технологии до такого уровня, когда они уже выйдут из-под контроля человека и смогут развиваться самостоятельно, при этом перейдя пороги чувств и восприятия личности, будут способны не только поработать, манипулировать, контролировать ее сознание и поведение, но и выполнять протетическую функцию, т. е. расширять, «рекомбинировать» физические и ментальные способности, дополняя их новыми свойствами. «Человек перерастает себя, переступает границы своего биовида, воспринимает и преобразует мир в тех микро- и макродиапазонах, куда теперь дано проникать только машине» [5, с. 52].

Динамика изменений современной действительности такова, что общество едва успевает фиксировать те социальные сдвиги, которые влекут за собой глубинные трансформации в сознании и структуре личности. Произошли качественные изменения в социокультурной интеграции личности и общества. Трансформируются традиционные роли и стратегии, смещаются векторы развития. Специфика современной среды медиа заключается в смещении ценностных ориентиров, при котором деятельность человека, задачи, цели и смыслы жизни зачастую определяются погоней за мнимыми ценностями, навязываемыми сознанию людей через средства массовой информации, Интернет, сетевые сообщества. Манипулирование ведет к тому, что объективность восприятия реалий повседневности теряется, это наиболее отчетливо проявляется во время различных кризисов – экономических, политических, нравственных. Происходит трансформация традиционных механизмов идентификации личности, поиск индивидуальностью своей определенности в соотношении с традиционными культурными, идеологическими, духовными ценностями и превалированием технотизированного глобального медиапространства.

Современное медиапространство определяет символические интерактивные матрицы, влияет на общее информационное про-

странство, управляет массовым сознанием посредством инновационных медиасредств и механизмов, виртуальных мифов и символов. Вопрос заключается в том, что позитивное и что негативное приносит современное медиaprостранство в бытие личности, какие условия формирует глобальное пространство для ее самоопределения и самоидентификации. С чем сталкивается личность в процессе становления и развития в условиях техногенной цивилизации, трансформации динамики ее формирования в микро- и макро-социокультурных условиях современной медиареальности. В связи с этим особую актуальность приобретают исследования, в которых отражены следствия и причины трансформаций духовной культуры личности в гибком, мобильном и быстро развивающемся медиaprостранстве Беларуси.

Доминирующая роль в развитии ИТ-технологий, сетевых коммуникаций подкрепляется субъективным желанием человека стать участником коммуникативного процесса, одновременно ее потребителем и производителем. Процесс становления личности в условиях современного медиaprостранства развивается в открытой, поливариантной среде, где возрастающие интеграционные процессы глобализации существуют наряду с диверсификацией и фрагментацией культурного пространства. Выделяется широкий диапазон явлений, в котором позиция доминирования медиaprостранства оказывает существенное влияние на изменение мироустройства в целом и развитие личности в частности.

Одной из областей применения и исследования медиaprостранства и коммуникационных технологий являются интегрированные коммуникации пространства медиа, в которых совершенствуются технологии (информирования, дезинформирования), методы (рассказ, разъяснение и т. д.), модели (манипулятивная, информационная, двухсторонняя асимметричная, двухсторонняя симметричная), способы (фильтрации, фрейминг, создание событий и псевдособытий (фактоиды) и т. д.). Личность как представитель общества задействована в коммуникационных технологиях, которые подразумевают «системный процесс, направленный на безусловное воздействие на аудиторию» [6]. Обзор научных работ по данной проблеме позволяет сделать вывод, что авторы едины в одном: коммуникационные технологии трансформируют саму модель коммуникационного воздействия, меняя линейную модель коммуникации на транзактную

(система индивид – среда), предлагая смену ролей участников коммуникации. Такое противоречивое понимание медиа воспринимается в основном как благо для общества и личности, но возрастающая зависимость от технологий и массовых коммуникаций все больше беспокоят мировое сообщество и умы ученых.

Актуальность проблемы, обозначенной в монографии, заключается в возможности координации двух противоречивых тенденций – контроль и целенаправленная работа по формированию и развитию современного медиапространства Республики Беларусь, которое создавало бы условия для становления и развития личности, «приращения разумности человека», предоставляя возможности для активного участия в экономических, геополитических, социокультурных процессах государства и глобального мирового сообщества, реализации ее профессиональных, духовных, творческих потенций, но в тоже время обеспечивало бы безопасность личности, общества и государства, уменьшая воздействие негативных аспектов медиа.

Обращение к названной теме обусловлено еще и тем, что медиакультура является интерактивным продуктом современности, трансформирующейся подвижной формой, подверженной неожиданным преобразованиям в новых конвергентных потенциях.

В данной монографии внимание акцентировано на наиболее важных, острых и волнующих вопросах современности, например, на изменении взглядов, привычек, психоэмоциональном состоянии человека, его адаптации и самоидентификации в условиях современного медиапространства Республики Беларусь. Сегодня процесс вхождения в среду медиа проявляется через механизмы производства «технокультурных» общностей и возможности изменения того или иного общества. Происходит качественная ломка и трансформация деятельностной, поведенческой стороны личности, а также глобальная перестройка материальной и, что немаловажно, духовной культуры личности, ее духовных ценностей.

В последние годы опубликовано множество научных работ, в которых рассматриваются преимущественно технические и другие частные вопросы развития средств массовой информации (СМИ), рынка производителей аппаратного обеспечения (компьютерное и сетевое оборудование), ИТ-услуг, анализируются новинки технологий, инструменты коммуникаций и т. д. Но все больше исследователей и практиков обращают внимание на необходимость активной разра-

ботки социокультурных и правовых аспектов проблематики взаимодействия личности и медиапространства, обеспечение безопасной среды жизнедеятельности, а также информационной безопасности общества и государства. Само государство и общество сегодня выдвигает эти проблемы в число передовых. Это обусловлено тем, что без их решения невозможно дальнейшее устойчивое общественное и духовное социокультурное развитие личности, что обеспечит безопасность самой личности, обществу и государству в политической, экономической, социальной, духовной, военной и др. областях. Интенсификация процессов взаимодействия медиа и личности требует комплексного рассмотрения теоретико-методологических и практических аспектов национальной безопасности. Представленные в работе теоретико-методологические подходы и материалы практического и детального изучения проблемы могут стать основой для дальнейшего углубленного и детального изучения проблем взаимодействия современного медиапространства и личности.

Заключение и выводы данной работы подкреплены результатами научных исследований, в которых автор принимал непосредственное участие. Комплексный подход исследований и культурологический анализ проблемы позволяет дать интегративное представление о процессе взаимодействия медиапространства и личности, соединяющем онтологическую, когнитивную, гносеологическую и аксиологическую характеристики. Главное, на что хотелось сосредоточить внимание читателя – это проблема жизнедеятельности личности в условиях современного медиапространства. А также выяснить, с помощью каких механизмов и инструментов изменяется социокультурная среда личности, как это влияет на формирование стимулов, приоритетов, процессов адаптации и самоидентификации, на становление и развитие ее потенциала, мироощущения в процессе жизнедеятельности.

ГЛАВА I. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИССЛЕДОВАНИЯ ПРОБЛЕМЫ

1.1. Личность, пространство, медиа – категориальный анализ

Русский философ М. Бакунин считал, что центром всей системы мира является человек. Природа интересует его лишь постольку, поскольку она является в его глазах базисом. Конечно, человек составляет одно целое со своей природой и является продуктом бесконечного множества исключительно материальных причин. Но природа продолжает свой непрерывный труд непрестанного творения в историческом развитии человеческого рода, и возможно, что в будущем от самой высшей разновидности человеческой природы произойдет порождение существ, более высоких, чем человек [7]. Безусловно, личность многими мыслителями воспринимается как сверхсложный объект исследования, многогранный, требующий комплексных научных подходов. Личность начинается там, где возникает сознательное, разумное управление информацией, имеющей отношение к человеческому измерению (к триаде «тело – душа – дух»). Истоки личности следует искать одновременно и во «внутренней социальности» (М. М. Бахтин), и в «ансамбле социальных отношений» (К. Маркс), и в ее способности асоциально стать «центром духовных актов» (В. Франкл).

Каждая конкретная личность – индивидуальная внутренняя социальность «конкретный ансамбль социальных качеств человеческой индивидуальности» [8, с. 263]

Русский философ Н. О. Бердяев в известном труде «О назначении человека» определяет «личность как ценность, стоящая выше государства, нации, человеческого рода, природы, и она в сущности не входит в этот ряд. Единство и ценность личности не существует без духовного начала. Дух конструирует личность, несет просветление и преобразование биологического индивидуума, делает личность независимой от природы порядка... Личность не часть мира, а коррелятив мира. Личность есть микрокосмос» [9, с. 260–264].

Некоторые исследователи с точки зрения общества считают, что для общества личность представляет собой систему моральных и иных норм, требующих от личности проявления тех своих качеств, которые способны стабилизировать общество, продлевать жизнь об-

щественному организму. Словом, от личности требуется быть «немножко героем», всегда ставящим общественное выше личного. Личность с точки зрения интересов общества и не может рассматриваться по-другому. Общество прямо заинтересовано в личности такого типа, который служит прежде всего обществу, а потом уже – себе. Главный героический принцип – приносить в жертву личные интересы – это основа жизни любого коллектива или сообщества. Приоритет личного грозит распадом общественных связей. Поэтому такие общественные институты, как «увековечивание памяти», возведение в ранг героев, великих или святых, служат гарантом «бессмертия» тем, кто отдает свою жизнь во благо государства, нации, родины [10, с. 137].

Таким образом, личность как инструмент, субъект и объект культуры определяет перспективы развития общества, реализуя свои (индивидуальные) задачи и духовные цели. «Также личность определяется как субъект с присущими ему индивидуальными чертами и качествами интеллектуальными, эмоциональными, волевыми, являющимися продуктом определенной социально-экономической формации. Личность аккумулирует в себе предшествующий исторический опыт, культурные ценности прошлого, сложившиеся отношения в обществе... Основой формирования личности является общественно-производственная деятельность людей, в процессе которой происходит их взаимодействие. Каждая общественно-экономическая формация порождает свой тип личности...» [11, с. 213]. Поэтому развитие общества во многом зависит от развития личности.

Многие мыслители и ученые понятие «личность» связывали с миром, космосом, пространством.

История взаимодействия пространства и личности возникла еще в V в. до н. э. благодаря работам Гиппократу, который рассматривал формирование характера человека, его становление во взаимосвязи с пространством, которое его окружает. Такой же вопрос поднимался и в теории пессимизма (Л. Фебером и Р. Платом), согласно которой личность находится в двух измерениях – пространственном (географическом) и временном (историческом), сконцентрированном в самом человеке.

Немецкий ученый-энциклопедист А. Гумбольд больше интересовался вопросом, как человек воспринимает окружающее пространство. Он исследовал природу не только как объективный, но и как субъективный феномен, отражающийся в особенностях восприятия пространства человеком.

Понятие жизненного пространства личности ввел немецкий (позже американский) психолог К. Левин. Он предложил рассмотреть человека и его среду как одну констелляцию взаимозависимых факторов, а совокупность этих факторов и есть жизненное пространство. Оно определяется, по мнению ученого, не столько теми материальными благами, которыми она владеет, сколько знаниями о мире и возможностью влияния на процессы, в нем происходящие. Так, например, физическое пространство жизни человека могут составлять десятки квадратных метров, но его жизненное пространство может распространяться до космических пределов. Широта жизненного пространства всегда связана с масштабом мировоззрения данной личности [12]. Свое видение жизненного пространства личности высказывает российский психолог А. А. Бодалев. Он выделил три параметра субъективного пространства мира:

- объем и протяженность этого пространства, которые запечатлеваются в сознании человека;
- степень связи содержательного наполнения пространства личности с настоящим, прошлым и будущим;
- зависимость содержательного богатства субъективного пространства мира от сформированности личности [13].

Российский профессор Л. П. Гримак говорит о том, что внутреннее пространство личности вступает в информационно-энергетическое взаимодействие с окружающим пространством мира и, если личность воспринимает свое внутренне пространство большим, незаполненным, то она испытывает психологический дискомфорт, ей может быть неудобно [14].

Англо-американский ученый П. Гоулд в 1966 г. ввел термин «ментальные пространства». Главная тема его исследований – восприимчивость человеком пространства. Он считал, что необходимо изучать образы пространства, которые имеются в сознании человека, это послужит пониманием того, как ведет себя человек в этом пространстве. Для изучения П. Гоулд предложил математический метод, с помощью которого составлялись ментальные карты. Позже данный способ назывут когнитивной картографией (Р. Даунс, Д. Сти).

Многие ученые связывают поведение личности с характеристиками пространства, в котором она находится. Так, в монографии Д. Джекли, С. Браун и К. Роузмана «Поведение человека в пространстве» авторы считают, что на «личностном уровне познаваемые расстояния становятся базой для принятия индивидуальных реше-

ний в пространственном взаимодействии... Восприятие расстояния у разных людей различно... взаимодействия индивидуумов распределяются в зависимости от времени, стоимости, других, каких угодно сложных отношений между происхождением и целью взаимодействия» [15, р. 118].

При всем разнообразии предложенных определений пространства, сам термин имеет несколько значений:

- как одна из форм существования материи, характеризующаяся протяженностью и объемом;
- неограниченная протяженность во всех измерениях, направлениях;
- место, способное вмещать что-либо;
- определенный участок земной поверхности.

Для более точного определения универсальности пространства «необходимо четко различать, – пишут российские исследователи В. К. Потемкин и А. Л. Симанов, – пространство реальное, существующее, так сказать, “на самом деле” пространство концептуальное, т. е. некоторое научное представление о реальном пространстве ... и пространство перцептуальное (от лат. *perceptio* – восприятие, непосредственное отражение объективной действительности органами чувств) ..., т. е. пространство как его воспринимает человек своими органами чувств, и прежде всего зрением и осязанием, иными словами, кажущееся пространство, которое может быть сугубо индивидуальным» [16, с. 58].

Российский теоретик медиа И. М. Дзялошинский придерживается мнения о том, что «пространство» как таковое не существует, оно является продуктом сознания или восприятия, автор приводит анализ трех основных подходов к трактовке пространства: геополитического, ноосферно-информационного и социального [17, с. 74]. Такой же интерпретации придерживался английский философ Т. Гоббс, у которого пространство – это лишь воображаемый образ действительной вещи, а также английский педагог и философ Дж. Локк, для которого пространство есть субъективное представление, «простая идея», приобретаемая посредством чувственного восприятия вещей (осязанием и зрением) и представляющая либо расстояние между вещами, либо объем. Немецкий философ И. Кант в «Критике чистого разума» представляет пространство как трансцендентальную априорную форму чувственности, то есть доопытную и от опыта не зависящую, однако необходимо во всяком опыте присутствующую.

С развитием информационных технологий в науке обособлено появились термины «информационное пространство», «информационная среда», «информационное поле» «коммуникативное пространство», позже появились понятия «медиа», «медиапространство», «медиасреда», свойства которых связывают с объемом, интенсивностью, плотностью, упорядоченностью.

Понятие информационного поля относится к академику В. И. Вернадскому (1863–1945), а также французским ученым – математику Э. Леруа (1870–1954), геологу и палеонтологу П. Тейяру де Шардену (1881–1955). Значимость сформированного ими учения о ноосфере для мировой науки трудно переоценить.

Идеи ноосферы были реализованы через развитие коммуникационных технологий, радиосвязи, телевидения, вычислительной техники, глобальной сети Интернет, гаджетов.

Известный американский философ, социолог и футуролог Э. Тоффлер считал, что все интеллектуальное окружение человека, его мировоззрение, его пространство зависит от технологических инноваций, в которых автор видит «не просто сочетание и перестановку машин и технологий. Новые технологии не только предполагают или требуют вносить изменения в технику, они предполагают новые решения социальных, философских и даже личных проблем» [18].



Элвин Тоффлер* (англ. Alvin Toffler; 4 октября 1928 г., Нью-Йорк, США – 27 июня 2016 г., Лос-Анджелес, США) – американский философ, социолог и футуролог, один из авторов концепции постиндустриального общества.

В его основных работах проводится тезис о том, что человечество переходит к новой технологической революции (сверхиндустриальной), то есть на смену первой волне (аграрное общество) и второй (индустриальное общество) приходит новая, ведущая к созданию информационного, или постиндустриального общества. Э. Тоффлер предупреждал о новых сложностях социальных конфликтах и глобальных проблемах, с которыми столкнется человечество на стыке XX и XXI в.

* Здесь и далее по изданию сведения представлены электронными ресурсами «Большая российская энциклопедия», «Википедия».

Был редактором популярного журнала *Fortune*, и его первая книга была посвящена развитию технологий и их влиянию на общество. Затем он подробно исследовал ответную реакцию общества на этот феномен и происходящие в обществе изменения. Содержание последней работы Э. Тоффлера относится к возросшей в XXI в. мощи военных технологий, оружия, тактико-стратегического планирования и капитализма.

Научная концепция Э. Тоффлера основывается на идее сменяющих друг друга волн – типов общества. Первая волна – это результат аграрной революции, которая сменила культуру охотников и собирателей. Вторая волна – результат индустриальной революции, которая характеризуется нуклеарным типом семьи, конвейерной системой образования и корпоративизмом. Третья волна – результат интеллектуальной революции, то есть постиндустриальное общество, в котором наблюдается огромное разнообразие субкультур и стилей жизни. Информация может заменить огромное количество материальных ресурсов и становится основным материалом для рабочих, которые свободно объединены в ассоциации. Массовое потребление предлагает возможность приобретать дешевую, нацеленную на конкретного покупателя продукцию, распределяемую по малым нишам. Границы между продавцом (производителем товара и (или) услуги) и покупателем (потребителем) стираются – «*prosumer*» может сам удовлетворить все свои потребности.

В своей книге «Революционное богатство. Как оно будет создано и как оно изменит нашу жизнь» супруги Тоффлер пишут [19]: «Подобно другим ключевым элементам капитализма, деньги переживают самую стремительную и глубокую революцию за многие века, революцию, которая создаст совершенно новые формы, новые способы выплат и платежей, и деловые возможности обходиться вообще без денег».

Одним из ключевых применяемых терминов является «**протребление**»: «**протребитель** – тот, кто создает товары, услуги и опыт для собственного пользования или удовольствия, а не для продажи или обмена. В этом случае индивиды или группы одновременно производят и **ПОТРЕБЛЯЮТ** продукт – то есть протребляют»... «Протребительская экономика огромна... протребление встряхнет рынки, изменит ролевую структуру общества и изменит наши представления о богатстве» [20].

Э. Тоффлер был почетным доктором литературы, права, естественных наук и менеджмента, членом Международного института

стратегических исследований и Американской ассоциации развития науки. Вместе с супругой являлся заслуженным адъюнкт-профессором Университета национальной обороны в Вашингтоне.

Э. Тоффлер умер во сне 27 июня 2016 г. в своем доме в Лос-Анджелесе на 88-м году жизни.

Э. Тоффлер в своей трилогии «Шок будущего» (Футурошок), «Третья волна» и «Революционное богатство» подробно описал общество новой формации, рассуждал об изменившейся роли СМИ и объяснил разницу между *медиа «трех волн»*.

Технические устройства по мнению канадского философа, теоретика массовых коммуникаций М. Маклюэна стали называться медиа. Он считал, что к медиа можно отнести совершенно разные вещи. Объединяет все это многообразие то, что это «технологии», или «посредники», введение которых вносит существенные изменения в коммуникацию человека с окружающим миром (как природным, так и социальным) и реорганизует его способ мировосприятия и образ жизни. М. Маклюэн обосновал связь между развитием средств массовой информации и приходом массовой культуры, т. е. медиaprостранство способствовало становлению массового человека информационного общества [21]. Предпринятые попытки объяснить суть медиaprостранства нельзя признать удачными в случаях, когда категории медиaprостранства и СМИ практически используются как синонимы [22, с. 37].



Гёрберт Маршалл Маклюэн (Herbert Marshall McLuhan, 21 июля 1911 г. – 31 декабря 1980 г.) – выдающийся канадский культуролог, теоретик и философ новых медиа, открывший своими работами принципиально новый взгляд на природу и сущность влияния технологий.

Это один из самых харизматичных, спорных и оригинальных мыслителей нашего времени, который повсеместно признан как «отец медиа-коммуникаций» и «пророк

информационного века». М. Маклюэн является автором значительного количества статей и книг, многие из которых написаны в соавторстве. Среди основных работ, вышедших отдельными изданиями, следует выделить следующие: «Механическая невеста: Фольклор индустриального человека» (1951), «Галактика Гутенберга: Становление человека печатающего» (1962), «Понимание медиа: Внешние расширения человека» (1964), «Медиа – это сообщение: Перечень последствий» (1967, в соавторстве с К. Фиоре), «Война и мир в глобальной деревне» (1967, в соавторстве с К. Фиоре), «От клише к архетипу» (1970, в соавторстве с У. Уотсоном), «Город как учебная аудитория» (1977, в соавторстве с К. Хатчон и Э. Маклюэном). Взгляды и направление исследований М. Маклюэна претерпели эволюцию. Если на ранних этапах деятельности его можно отнести к «традиционным» литературоведам, которые подвергают критике современное общество, ставя ему в вину упадок интереса к классической литературе, пассивность масс, технологическое манипулирование их сознанием и т. п., то в дальнейшем критический пафос исчез. При этом Маклюэну удалось сделать необыкновенно интересные наблюдения в области влияния электронных средств массовой коммуникации на современное общество. Удивительным образом литературный критик стал одним из самых авторитетных авторов в области теории коммуникации [23].

Для развития теории медиа решающее значение имела, как известно, знаменитая формула М. Маклюэна «*The medium is the message*» – «медиум есть сообщение». Истина, сформулированная в этой фразе, очертила горизонт, в котором и сегодня актуален медиа-теоретический дискурс. Носителями знаков на медиальной поверхности выступают такие технические носители, как книги, холсты, компьютеры или телефонные сети. Эти носители, как известно, конечны, и главное здесь, что все технические медианосители обладают собственной материальностью и реальностью – независимо от человеческой телесности, воображения и, прежде всего, независимо от человеческого бессознательного.

Медиум, в понимании М. Маклюэна, локализуется вне человека, как текст, живопись или телевидение. С этой точки зрения послание медиума нельзя назвать бессознательным, а потому все еще

человеческим высказыванием. «Гибридное смешение, или *встреча двух средств коммуникации* – момент истины и откровения, из которого рождается новая форма... Момент встречи средств коммуникации – это момент свободы и вызволения из обыденного транса и оцепенения, которые были навязаны этими средствами нашим органам чувств» [24, с. 67]. «*Смешение нескольких коммуникативных средств*, – следует у Маклюэна, – *это и есть медиа, в котором человек пребывает в последнее время.*»

Знаменитый афоризм «Медиа – это сообщение» отражает идею неразрывной связи контента и способов его оформления и передачи. Смысл идеи, которые многие игнорировали, заключался в требовании видеть связь между контентом и формой его выражения. Контент не может существовать сам по себе. И формы, которые он принимает, обуславливают наше восприятие. «Используемый код и форма информации определяют, у кого есть доступ к данным, и кто контролирует их распространение, сколько информации будет доставлено, как быстро и насколько далеко ее передадут, насколько долго она будет доступна и в какой форме. В зависимости от того, как изменяются эти переменные, меняется и передаваемое сообщение» [25]. М. Маклюэн показал, что медиа предшествует сообщению. До того, как создается готовый продукт, необходимо иметь сырой материал и методы, с помощью которых он обрабатывается.

Свое понимание и классификацию медиа дает американский исследователь П. Адамс, который выделяет четыре направления медиа:

1) «Медиа в пространстве» (*mediainspace*) – здесь объектом становится инфраструктура коммуникационных сетей в реальном пространстве;

2) «Пространства в медиа» (*spacesinmedia*) – объектами становятся особые, не имеющие географических характеристик пространства, коммуникации, которые создаются и поддерживаются благодаря средствам массовой коммуникации;

3) «Места в медиа» (*placesinmedia*) – реальные пространства получают особое значение благодаря медиакоммуникациям, подход посвящен анализу этого феномена;

4) «Медиа в местах» (*mediainplace*) – изучение типов коммуникации и их механизмов в данном конкретном географическом месте [26].

Кроме этого, некоторые исследователи (М. Маклюэн, Дж. Кин, О. Стинс, Д. ван Фухт, Р. Саймон, К. Санштейн и др.) дают градацию

медиа, разделяя их на «холодные» и «горячие», «старые» и «новые», т. е. медиа, которые по-разному и в разной мере ангажируют пользователей.

Например, к «горячим медиа» М. Маклюэн относил печатные работы (например, газеты) – этим термином он обозначал не их температуру или злободневность (когда «краска еще не подсохла»), а их способность увлекать пользователей, держа их при этом на некоторой дистанции, на расстоянии вытянутой руки. «Горячие медиа» отличаются логичностью, линейностью, аналитической точностью. К «холодным медиа» (термин связан с джазом) М. Маклюэн относил телевидение, радио, сегодня к ним можно отнести компьютер, гаджеты и др., т. е. те медиа, которые по своей сути зависят от участия пользователей. М. Маклюэн уже тогда говорил, о том, что все медиа встраивают в жизнь личности искусственные перцепции и произвольные ценности, что средства коммуникации расширяют телесные и чувственные способности личности, они осуществляют «ампутацию и протезирование» чувственного аппарата человека.

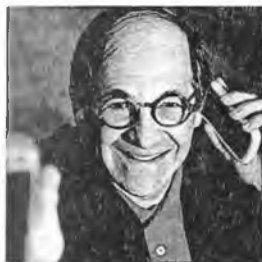
Современный английский исследователь Дж. Кин считает, что современное коммуникативное изобилие стирает различие между «горячими» и «холодными» медиа, а сводит воедино, впервые в истории сплавляя инструменты коммуникации, завязанные на тексте, осязании, звуке и изображении, в одно целое и «стимулирует большинство чувств человека (слава и богатство ждут человека или группу, которые овладеют искусством передачи вкуса и запаха)» [27, с. 22].

К «старым» медиа (*old, legacy media*) относятся средства массовой коммуникации, которые существовали до изобретения Интернета – телевидение, кино, радио, газеты, журналы, музыку и др.

К «новым» медиа отнесли медиапродукцию, которая является интерактивной и распространяется цифровыми методами [28], медиа, с которыми можно проводить манипуляции с данными (Интернет, базы данных, фиды (*RSS*-технология, которая позволяет собирать информацию и предоставлять ее пользователям, выразившим желание отслеживать новости определенной тематики), блоги, социальные сети).

Один из основателей мобильных развлечений Р. Саймон называет новые, или «социальные» медиа наиболее перспективной сферой как для бизнеса, так и для социально-политического развития. «Новые медиа – это самое значительное изменение в индустрии со времени появления газет, особенно если учесть, что через лет 10–15 влияние газет практически сойдет на нет» – говорит эксперт. «С их помощью

можно создать новое поколение активистов, которые смогут повлиять на политику. «Арабская весна» или президентская кампания Барака Обамы – лишь единичные тому примеры», – отмечает Р. Саймон [29].



Ральф Саймон (Ralph Simon) – один из основателей современной индустрии мобильных развлечений, человек, получивший прозвище «отец рингтона». В 1970-х гг. совместно с К. Колдером (C. Calder) он основал музыкальную компанию Zomba Group (сейчас филиал Sony Music Entertainment).

В середине 1990-х гг. Р. Саймон в качестве исполнительного вице-президента Capitol Records и Blue Note создал подразделение EMI New Media.

В 1997 г. он основал Yourmobile (позже переименовал в Moviso) – первую компанию рингтонов в Америке, Европе, Великобритании, Австралии и Африке.

В конце 1990-х гг. Р. Саймон создал Mobile Entertainment Forum-Americas – промышленно-торговую группу мобильных развлечений; является ее почетным председателем.

Р. Саймон сотрудничает с ведущими компаниями и руководителями во всем мире, разрабатывает стратегии, успешно расширяет их влияние и коммерческие возможности с помощью Wi-Fi, Wi-Max, мобильной связи и развлечений.

Саймон стал одним из первопроходцев мобильной музыки в мировом масштабе, популяризируя артистов, менеджеров, медиакомпаний и звукозаписывающие студии, обеспечивая связь с артистами и их музыкой через мобильные телефоны [30].

Американский исследователь К. Санстейн в своих работах обращается к идее, что блогосфера и развитие новых медиа могут привести к возникновению «негативных каскадов»: «дезинформация, слухи, нерелевантная информация – все это может формировать ложные суждения и неправильные решения. Более того, поляризация мнений и фрагментация аудитории делают новые медиа не менее уязвимыми, чем традиционные».



Касс Санстейн (Cass Robert Sunstein, 21 сентября 1954 г., Конкорд, штат Массачусетс) – американский ученый в области юриспруденции, специализируется на конституционном, административном, экологическом праве, и также занимается поведенческой экономикой; политический активист. В 2009–2012 гг. занимал должность администратора офиса OIRA в Белом доме при администрации Обамы. Около 30 лет преподавал в школе права Чикагского университета. В настоящее время Касс – профессор в Harvard Law School.

К. Санстейн утверждает, что новые медиа могут ослабить демократию, потому что используя Интернет как площадку для коммуникации пользователи разделяются на группы по интересам, тем самым отрезая себя от глобального информационного поля [31].

К. Санстейн вводит термин «кибербалканизация», с помощью которого характеризует состояние групп, использующих Интернет для общения в своем сообществе, исключая из этого поля любые другие существующие точки зрения, мнения и вопросы.

Таким образом понимание медиа как пространства уже нашло во многих зарубежных и отечественных работах. Наравне с «медиа» активно используются понятия «медиасреда» и «медиапространство», введенные в 1980-х гг. в работах Р. Стулса и С. Харрисона для обозначения электронных условий, благодаря которым группы людей могут работать вместе, даже если не находятся в одном и том же месте в одно и то же время. Однако впоследствии значение понятия было расширено в работах западных ученых.

Американские теоретики Н. Коулдри и А. Маккарти подчеркивают междисциплинарный характер медиапространства как объекта исследования. Учитывая этот факт, они выделяют пять возможных уровней (направлений) анализа медиапространства [32, р. 5–8]:

1) изучение медиарепрезентаций социального пространства. Это, прежде всего, исследование медиаобразов локального, национального или глобального пространства. Оно является первой ступенью анализа медиапространства, поскольку сфокусировано большей

частью на медийных нарративах, а не на пространственном аспекте самого медиапроцесса. Текстуальные интерпретации пространства важны, однако медиапространство – это не простая совокупность сообщений; необходимо выходить за рамки текста и обращаться к его другим, недискурсивным измерениям;

2) анализ роли медиа в изменении конфигурации социального пространства. Связывая одни определенные места с другими, медиаобразы, медиатексты и потоки данных могут трансформировать пространственный порядок этих мест, часто при этом разрушая их локальную культуру и сложившиеся пространственно-коммуникативные практики. Излюбленный сюжет исследований культурных антропологов: как медиа меняют домашнее пространство, пространство города или сельской общины, колониальное пространство и т. д.;

3) изучение специфических пространств по обе стороны медиапроцесса – пространства потребления и пространства производства. Анализ такого рода предполагает выход за пределы медиадискурса в мир медиаинститутов и различных организаций. Он охватывает все, начиная от предварительных маркетинговых исследований аудитории и создания медиаобраза, например в стенах телевизионной студии, до места восприятия этого образа (дома, в баре или аэропорту) посредством сети широкого вещания или Интернета;

4) анализ многоуровневых эффектов «работы» медиа в пространстве. Сжатие пространства-времени позволило осуществлять коммуникацию людей друг с другом без их физического присутствия в одном и том же месте. Однако необходимость присутствия не потеряла своей актуальности: деловые люди летят через весь мир на встречу с партнерами по бизнесу, фанаты преодолевают большие расстояния, чтобы оказаться рядом со своим кумиром. И, напротив, люди, сидящие через стенку в одном офисе, общаются посредством «скайпа». Одни места стали «узлами» в глобальных сетях, другие оказались за их пределами и стали еще более разобщенными – под влиянием медиа социальное пространство приобретает сложную конфигурацию;

5) изучение того, как вызванные медиа многоуровневые эффекты «переживают» и понимаются в конкретных местах. Мы можем скрывать эти возникающие под влиянием медиа пространственные противоречия, притворяясь, что их не существует, или интегрировать их в повседневную жизнь как нечто самоочевидное и естественное

(натурализовать их). Мы можем найти причины и дать объяснение той или иной организации пространства – или перевести наше восприятие этого явления в более формальные и менее рефлексивные модели ритуала и игры.

Многие из выделенных направлений анализа медиапространства могут органично дополнять друг друга. Н. Коулдри и А. Маккарти обращают особое внимание на то, что исследование медиапространства требует рассмотрения макросоциального и микросоциального, структур и человеческих переживаний, глобального и локального в их взаимосвязи, а не оппозиции [33].

Информационную среду как совокупность информационных условий существования субъекта, которое является отражением географической среды определяет М. А. Смирнов [34]. Автор данного определения считает, что поскольку развитие и формирование первых социумов происходило в рамках развития природно-географического фактора, то именно он оказывает влияние на овладение и накопление информации, а, следовательно, и на формирование информационной среды.

Российский исследователь Н. Б. Кирилова считает: «то, что окружает нас повседневно – это медиасреда». Понятие, по ее мнению, подразумевает «совокупность условий, в контексте которых функционирует медиакультура, то есть сфера, которая через посредничество массовых коммуникаций (печать, радио, ТВ, видео, кино, компьютерные каналы, Интернет и др.) связывает личность с окружающим миром, информирует, развлекает, пропагандирует те или иные нравственно-эстетические ценности, оказывает идеологическое, экономическое или организационное воздействие на оценки, мнения и поведения людей. Словом, влияет на общественное сознание» [35, с. 142].

Таким образом, сегодня существует значительное количество подходов к изучению медиапространства, в теоретическом дискурсе рассматривается множество синонимически схожих понятий «медиа», «медиапространство», «медиасреда», «медиасфера» и т. д. Некоторые исследователи дают простое, узкое понимание медиапространства – как совокупность источников, из которых люди получают информацию, и смысловое поле, которое эти источники формируют [36]. Другие, в широком смысле, под медиапространством понимают форму существования символов, символического капитала [17].

Если исходить, что «**медиапространство**» (*media space*) является все же производным от термина «медиа» и введено в русский язык с начала 1990 г., то можно остановиться на следующих определениях:

- «медиапространство» (пространство, создаваемое электронными средствами коммуникации) – это «электронные условия, в которых группы людей могут работать вместе, даже если они не находятся в одном и том же месте в одно и то же время. В этом пространстве люди могут создавать в реальном времени визуальную и звуковую среду, охватывающую физическое пространство с его подразделениями, контролировать запись, доступ и воспроизведение изображений и звуков в этой среде» [37, с. 110];

- медиапространство может быть описано как поле, структурированное социальное пространство со своими правилами и схемами власти [38, с. 107].

Многомерность медиапространства определяется в нескольких измерениях – материальном (производство высокотехнологических средств – компьютеры, сервера, планшеты, смартфоны, айфоны и др.) и виртуальном (иллюзорная среда, образ реальности, формируемый в сознании личности).

«Медиапространство – это пространство, находящееся между “приемником” и “передатчиком”, способное одновременно включать механизмы передачи, приема и распространения информации», «...это связи, виртуальные “тропинки” коммуникации, создаваемые медиа между различными пространствами и временами. Но они могут быть линиями разделения, способом установить дистанцию между нами и другими...» [33, с. 3].

Медиапространство часть общей культуры, в которой формируется и развивается личность. Медиапространство основывается на культуре передачи информации, а также культуре ее восприятия. Это взаимодействие является основополагающим в формировании личности, посредством анализа информации, оценки медиапродукта, усвоения новых знаний, а также творчества. С точки зрения эволюции цивилизации тенденция развития медиапространства это исторически обусловленный процесс.

Если признать, что базовая культура, медиапространство и духовная культура личности представляют собой взаимосвязанное органическое единство, причем базовая культура и медиапространство

выступают как творение каждого отдельно взятого человека и как продукт общества в целом, то возникает один из коренных вопросов: чему нужно отдавать предпочтение, чтобы обеспечить культурный прогресс, – изменению человека или изменению общества (рис. 1)?

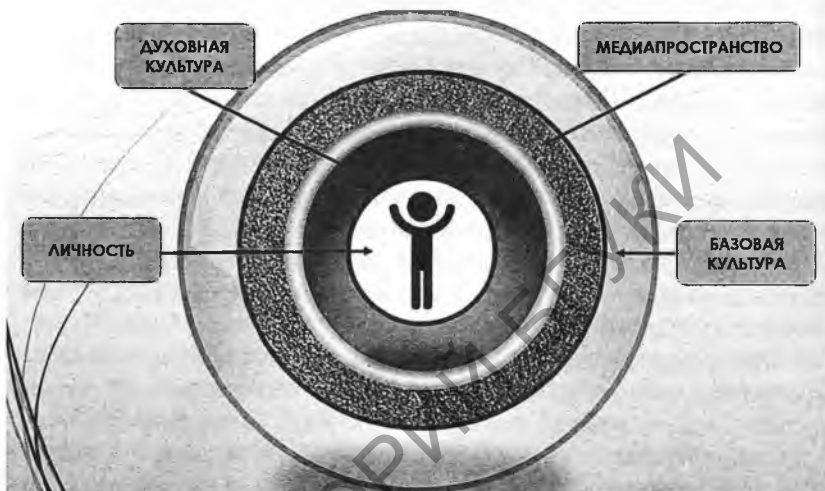


Рис. 1. Взаимодействия базовой культуры с духовной культурой личности и медиапространством

Среди многих факторов воздействия культуры на развитие личности особое место занимает та микро- и макрокультурная среда, в которой он находится. Это непосредственно имеет отношение и к становлению, и к развитию духовной культуры личности. Человек живет, развивается и совершенствуется в определенной природной и социально-культурной среде, что, естественно, накладывает отпечаток на культуру его сознания, поведения, привычки и деятельность, на отношение к людям и предметам природы. Речь идет о взаимодействии двух культур: базовой (доминирующей) культуры, которая выступает как идеал, эталон, образец и предмет освоения, и духовной культуры, где личность развивается путем усвоения новых культурных ценностей. Между этими двумя культурами находится и развивается медиапространство как проводник, распространитель и регулятор отношений, воздействуя на личность не прямо, а опосредованно, преломляясь через внутреннее ее духовное содержание.

Главным принципом медиaprостранства становится не столько репрезентация произведения или продукта, сколько коммуникация. Среда медиа выполняет функцию хранения, адаптации и редакции произведений традиционных видов искусств, как художественной, так и внехудожественной информации. В этом случае виртуальность и гипертекстуальность медиа становятся новообретенными качествами традиционных или общепринятых «текстообразов». Эта среда в медиа становится креативной, благодаря чему создаются новые оригинальные «технообразы» с тотальным проявлением гипертекстуальности и виртуальности. Тем самым, базовая (доминирующая) культура усваивает новые культурные продукты и ценности, воздействуя на личность не прямо, а опосредованно, преломляясь через ее внутреннее духовное содержание.

1.2. Процессы освоения личностью социокультурного опыта – методологические основы анализа

Индивидуальное развитие каждого человека напрямую зависит от его включения в окружающий мир, вхождение в который происходит через усвоение индивидом необходимого количества знаний, норм, ценностей, образов и навыков поведения, позволяющего ему существовать в качестве равноправного члена общества. В научной литературе существует несколько терминов, используемых для характеристики процессов освоения личностью социокультурного опыта того или иного общества. Это – «аккультурация», «интернализация» («интериоризация»), «социализация» и «инкультурация».

Понятие «аккультурация» начало использоваться в американской культурной антропологии в конце XIX в. в связи с исследованием процессов культурного изменения в племенах североамериканских индейцев (Ф. Боас [39], Р. Лоуи [40], М. Херскович [41]). Первоначально оно применялось в узком значении и обозначало преимущественно процессы ассимиляции, происходящие в индейских племенах вследствие их соприкосновения с культурой белых американцев. В 30-х гг. XX в. данный термин прочно закрепился в американской антропологии, а процессы аккультурации стали одной из основных тем эмпирических исследований и теоретического анали-

за. Под аккультурацией (лат. *acculturare* – от лат. *ad* – к и *cultura* – образование, развитие) понимали процесс взаимовлияния культур (обмен культурными особенностями), восприятия одним народом полностью или частично культуры другого [42].

В 1960-е гг. XX в. исследователи отошли от понимания аккультурации только как группового феномена и стали рассматривать данный процесс на уровне психологии индивида, определять данное понятие как изменение ценностных ориентаций, ролевого поведения, социальных установок. В этом контексте появилась стратегия аккультурации личности, которая отождествлялась со следующими понятиями:

- ассимиляция – процесс, связанный с полным принятием ценностей и норм новой культуры и отрицанием культуры этноса, к которому человек принадлежит;
- сепарация – процесс, при котором представители этнического меньшинства отрицают культуру большинства и сохраняют свои этнические особенности;
- маргинализация – процесс утраты людьми социального слоя, группы, отвержение доминирующей культуры;
- интеграция – процесс, ведущий к приобщению недоминирующей группой (этнического меньшинства) к другой доминирующей культуре при сохранении основ своей родной культуры, к формированию позитивной этнической идентичности и толерантности, процесс упорядочения отношений, объединение разных социальных, культурных групп в единое целое.

Понятие «интернализация» (от лат. *interims* – внутренний) понимается как процесс освоения внешних структур, в результате которого они (структуры) становятся внутренними регуляторами действительности. В социологии интернализацию определяют как процесс перехода знания из субъективного в объективное для общества. После завершения этого процесса знание может быть передано следующим поколениям. В педагогике процесс интернализации изучают как способ для мотивации в процессе обучения, при котором происходит усвоение ценностей, определяющих поведение индивида [43].

Термин «инкультурация» впервые был введен американским антропологом М. Херсковичем в 1948 г. в книге «Человек и его работа. Наука культурной антропологии» [44].



Мелвилл Джин Херсковитц (Melville Jean Herskovitsh, 10 сентября 1895 г., Белфонтин, штат Огайо – 25 февраля 1963 г., Эванстон, Иллинойс) – американский этнограф, антрополог, один из основателей африканистики и изучения afroамериканцев в США. В 1948 г. М. Херсковитц становится первым основателем изучения африканистики, на что получает трехлетние (от Фонда Карнеги) и, позже, пятилетние (от Фонда Форда) гранты, основной целью которых становится изучение африканских народов и их жизни.

Под инкультурацией М. Херсковитц понимает процесс, благодаря которому человек входит в ту или иную культуру, усваивает ее ценности и нормы, взаимодействует с окружающими людьми, поскольку между культурой и человеком всегда существует взаимосвязь. Однако личность не просто усваивает паттерны культуры, но и вносит в нее новые личностные смыслы, тем самым способствует обновлению культуры. Понятие «инкультурация» – ключевое для М. Херсковитца в его построениях целостной культурно-антропологической концепции. Именно в процессе вхождения в культуру проявляются механизмы воспроизводства этнокультурных общностей и возможности изменения того или иного общества (культуры). Усвоение деятельностной, поведенческой стороны культуры, а также различных аспектов духовной инкультурации М. Херсковитц считал основным звеном своей концепции.

Итак, инкультурация согласно М. Херсковитца – это вхождение индивида в конкретную форму культуры. Основное содержание инкультурации состоит в усвоении особенностей мышления и действий, моделей поведения, составляющих культуру. Инкультурацию необходимо отличать от социализации как освоения в детстве общечеловеческого способа деятельности. В межкультурных исследованиях есть несколько вариантов понимания того, как происходит инкультурация и в какой системе понятий ее можно зафиксировать.

Процесс инкультурации состоит в том, что, начавшись в детстве с приобретения навыков в еде, речи, поведении и тому подобном,

она продолжается в виде обучения и совершенствования навыков и во взрослом состоянии. М. Херсковиц выделял два уровня инкультурации – детство (ранняя жизнь) и зрелость. «Главная задача для человека на первом уровне – приобретать культурные нормы, этикет, традиции, религию. В это время индивид лишь усваивает предшествующий этнокультурный опыт. Он лишен права выбора или оценки.» По словам М. Херсковица, человек в детстве – «больше инструмент, нежели игрок». Первый уровень инкультурации – это ведущий механизм, обеспечивающий стабильность культуры.

Отличительная черта второго уровня инкультурации состоит в том, что у человека появляется возможность не принимать или отрицать какие-либо утверждения. Возможны также обсуждения, дискуссии, результатом которых могут быть изменения в культуре, предохраняющие ее от неуправляемого роста, деструктивных изменений в периоды наиболее бурного развития. В своих более поздних проявлениях, уже на сознательном уровне, инкультурация вызывает изменения, предоставляя для этого альтернативные возможности и разрешая, внося новые веяния в поведение и мышлении.

Таким образом, по М. Херсковицу *инкультурация* в целом – это процесс, обеспечивающий не только воспроизводство «культурного человека», но и содержащий механизм осуществления изменений [45].

Ученый одним из первых в послевоенный период изучения процесса инкультурации высказал идею необходимости внимательного отношения к организации жизни человека в культурах «незападного» типа и использованию достижений различных народов в современном индустриальном обществе (идеология отношения к природе, различные формы медицины, имеющие тысячелетнюю историю, другие аспекты).

Инкультурацию можно определить как процесс придания личности общей культурной компетентности по отношению к стандартам того общества, в котором она живет. Сюда входит освоение, прежде всего, системы ценностных ориентаций и предпочтений, принятых в обществе, этикетных норм поведения в разных жизненных ситуациях, более или менее общепринятых интерпретативных подходов к различным явлениям и событиям, знакомство с основами социально-политического устройства социальной среды, определенные познания в области национальных и сословных традиций, господствующей морали, нравственности, мировоззрения, обычаев,

обрядов, обыденной эрудиции в социальных и гуманитарных знаниях и т. п. К этому понятию, например, можно отнести знакомство с господствующей модой, стилями, символами, регалиями, неформальными статусными ролями национальных авторитетов, с современными интеллектуальными и эстетическими течениями, принятыми политической и культурной историей данного народа [46]. Средства обретения индивидом всех этих многочисленных знаний сосредоточены преимущественно в домашнем воспитании и общем образовании, а также в совокупности социальных контактов личности со своим окружением.

Культура играет основополагающую роль в процессе инкультурации. Это – сложный, многогранный, чувствительный к любым социокультурным изменениям процесс, включающий в себя формирование таких основополагающих человеческих навыков, как типы общения, формы контроля за собственным поведением и эмоциями, способы удовлетворения своих потребностей, оценочные отношения к различным явлениям окружающего мира и т. д. В процессе создания культуры человек одновременно формирует себя. Человек формируется культурой, он же ее создает и преобразует. Невозможно рассматривать процесс инкультурации вне культуры. Социокультурный опыт складывается в определенный исторический период, который в дальнейшем транслирует в широком диапазоне накопленную историческую память – материальное производство, социальную практику, науку, культуру, традиции и т. д. Через культуру раскрывается теоретическое содержание и сущность личности, возможность проанализировать специфику ее жизнедеятельности, характер взаимодействия с социальной средой и отдельными институтами, выделить потребности, интересы, ценностные ориентации личности, противоречия ее формирования и развития.

Имеют право на существование различные подходы к определению и анализу природы и сущности культуры. Одни, например, относят к культуре определенную общность, характеризующуюся особым набором норм, ценностей и смыслов (этнос, нация, цивилизация). Другие рассматривают культуру как особую форму деятельности, неотрывную от творчества, мышления, занятий искусством и т. п. Для третьих культура – общая система ценностей, норм морали и представителей того или иного класса, сословия или профессиональной группы (молодежная, профессиональная субкультура),

национальные совокупности людей и т. п. Существуют и другие толкования понятия «культура». В общественной жизни культура выступает средством преобразования мира, общения, познания, управления, оценки системы ценностей. Кроме того, важнейшей функцией культуры является историческая преемственность, т. е. передача (трансляция) социальной наследственности из поколения в поколение. Закономерности развития и функционирования культуры, ее структуру, функции, динамику, историю и теорию, взаимосвязи и взаимодействия с другими сферами материальной и духовной жизни изучает культурология.

Будем исходить из того, что «культура» (*от лат. cultura – возделывание, воспитание, образование, развитие, почитание*) – система исторически развивающихся надбиологических программ человеческой жизнедеятельности (деятельности, поведения и общения), обеспечивающих воспроизводство и изменение социальной жизни во всех ее основных проявлениях.

Программы деятельности, поведения и общения представлены многообразием знаний, норм, навыков, идеалов, образцов деятельности и поведения, идей, гипотез, верований, целей, ценностных ориентаций и т. д. В своей совокупности и динамике они образуют исторически накапливаемый социальный опыт. Культура хранит, транслирует этот опыт (передает его от поколения к поколению). Она также генерирует новые программы деятельности, поведения и общения, которые, реализуясь в соответствующих видах и формах человеческой активности, порождают реальные изменения в жизни общества [47].

Культуре свойственны интеграционные, полисистемные способы деятельности, свободные, открытые и поисковые формы, в основе которых лежит осмысленное самообучение, причинно-следственные связи взаимодействия, сложные коммуникативные и интеграционные отношения, опосредованные конкретным личностным опытом и характером взаимодействий. Личность формируется лишь вследствие приобщения к культуре. В синтезе человека и культуры происходит взаимообмен, где с одной стороны, культура определяет основные черты субъекта культуры, а с другой – человек сам влияет на свою культуру. Преодолевая проблемные ситуации, личность адаптируется к имеющимся условиям среды, не только репродуктивно используя приобретенный социальный опыт, но и открывая новые способы

поведения и решения проблем. А потому человекотворческая функция играет ключевую роль для процессов инкультурации и социализации личности.

В современной научной литературе нередко используют понятия «инкультурация» и «социализация» как синонимы. В научном понимании категория «социализация» – это процесс усвоения индивидом культурных норм и социальных ролей, благодаря которым происходит «превращение» человека в личность. Под социализацией понимается гармоничное вхождение индивида в социальную среду, усвоение им системы ценностей общества, позволяющего ему успешно функционировать в качестве его члена [48, с. 71]. Инкультурация, как и социализация, включает в себя формирование таких основополагающих человеческих навыков, как типы общения, формы контроля за собственным поведением и эмоциями, способы удовлетворения своих потребностей, оценочные отношения к различным явлениям окружающего мира и т. д. Но, в отличие от социализации, понятие «инкультурация» подразумевает обучение человека традициям и нормам поведения в **конкретной культуре, в процессе отношений взаимодействия между человеком и его культурой**: с одной стороны, культура определяет основные **черты личности человека**, а с другой, – человек сам **влияет на свою культуру**. Усвоение знаний, навыков, норм, принятие ценностей, имеющих адаптивное значение, становится основой инкультурации. Преодолевая проблемные ситуации, личность адаптируется к имеющимся условиям среды, не только репродуктивно используя приобретенный социальный опыт, но и открывая новые способы поведения и решения проблем. Инкультурация может включать в себя множество адаптивных или дезадаптивных, смешанно-комплексных действий и процессов, механизмов, благодаря чему личность оказывается принятой (адаптивной) в одной группе и непринятой (дезадаптивной) – в другой.

Результатом инкультурации является эмоциональное и поведенческое сходство человека с другими членами данной культуры и его отличие от представителей других культур. Благодаря коммуникативным функциям на сознательном и бессознательном уровне человек перенимает образцы поведения, реакцию на ситуации и сигналы.

В настоящее время не вызывает сомнений, что оба процесса социализация и инкультурация проходят одновременно и в конкретно-исторической форме. Без инкультурации и социализации человек

не может существовать как член общества – поэтому миновать эти процессы невозможно.

Несмотря на описанные различия в понятиях «инкультурация» и «социализация», в науке до сих пор остаются спорными их содержательное и смысловое разграничение. Сложно не согласиться с исследователем Д. Матсумото [49], который неразрывно связывает процесс инкультурации с процессом обучения. Он считает, что социализация – это процесс, с помощью которого люди познают социальные и культурные нормы, а инкультурация – процесс познания (обучения) продуктов культуры.



Дэвид Матсумото (David Matsumoto, 2 августа 1959 г.) – профессор психологии, директор Лаборатории исследований культуры и эмоций Калифорнийского университета в Сан-Франциско. Двадцать лет своей научной карьеры Матсумото посвятил изучению психологии эмоций, человеческих отношений и культуры, став признанным авторитетом в этих областях психологии. Профессор Матсумото – автор более двухсот работ, посвященных культуре и эмоциям, включая публикации результатов собственных исследований, презентационные материалы, монографии, главы для различных коллективных трудов, видеоматериалы и тестовые методики.

результатов собственных исследований, презентационные материалы, монографии, главы для различных коллективных трудов, видеоматериалы и тестовые методики.

Исследователь считает: «Культура в широком смысле слова включает так много аспектов жизни, что невозможно усвоить ее, просто прочитав об этом в книге. Обучение культуре – это длительный процесс, требующий времени и практики. Оно включает такие аспекты учебного процесса, как классическое обусловливание, оперантное обусловливание и социальное обучение. По мере обучения культуре мы делаем ошибки, но люди и общественные институты всегда рядом, чтобы помочь, а иногда и заставить нас исправить их» [49, с. 226].

В отличие от Д. Матсумото, американский антрополог М. Мид [50] под социализацией понимает социальное научение вообще, а под ин-

культурацией – реальный процесс научения, происходящий в специфической культуре. В результате инкультурации человек становится способным свободно ориентироваться в окружающей его социальной среде, пользоваться большинством предметов культуры, созданных предыдущими поколениями, обмениваться результатами физического и умственного труда, находить взаимопонимание с другими людьми. Этими качествами человек данной культуры отличается от представителей других. В результате же социализации человек становится полноправным членом общества, свободно выполняя требуемые социальные роли.



Мэргарет Мид (англ. Margaret Mead; 16 декабря 1901 г., Филадельфия – 15 ноября 1978 г., Нью-Йорк) – американский антрополог. В 1960-х гг. в США был всплеск студенческих волнений, на что М. Мид откликнулась книгой, посвященной конфликту поколений, изданной в 1970 г. Эта книга, как и ее первое произведение, стала бестселлером и была переведена на многие языки.

Ее научные достижения действительно огромны. В 1949 г. американские издатели назвали ее «Выдающейся женщиной года в области науки», а в 1956 г. – одной из выдающихся женщин XX в. В 1970 г. появилось мнение, что М. Мид – это символ современной науки. По сути, она была тем человеком, который смог органично объединить этнографию с психологией. «Лучший этнограф среди психологов и лучший психолог среди этнографов» – этот тезис как нельзя лучше подходит к ней.

Человек в концепции М. Мид объясняется как чрезвычайно податливое существо, характеристики которого определяются в культуре, где происходит рождение, обучение, изучение способов коммуникации и бессознательных установок. Отношения между родителями и детьми, способы передачи социокультурных достижений являются, по мнению автора, причинами возникновения трех типов культур: постфигуративной – когда дети перенимают опыт и учатся у своих

предков, конфигуративной – дети и взрослые учатся и перенимают опыт у своих сверстников, префигуративной – взрослые учатся также у своих детей. Концепция М. Мид основывается на зависимости межпоколенных отношений от темпов научно-технического и социального развития. Исследователь считает, что межпоколенная трансмиссия культуры включает в себя не только информационный поток от родителей к детям, но и молодежную интерпретацию современной ситуации, влияющую на старшее поколение.

Детство, юность, зрелость и старость – на каждой стадии процесс инкультурации характеризуется своими результатами и достижениями. Советскими учеными вопросы периодизации инкультурации начали разрабатываться лишь во второй половине XX в. Признавая, что инкультурация как процесс охватывает длительный период жизни отдельного человека, состоящий из ряда более коротких периодов, стадий жизненного цикла, группа авторов под руководством А. Садохина различает две основные стадии инкультурации – первичную, охватывающую возрастные периоды детства и юности, и вторичную, охватывающую периоды зрелости и старости. Отличительной чертой первичной стадии они называют сохранение стабильности культуры, вторичной – развитие способности человека к самостоятельному освоению социокультурного окружения [51].



Садохин Александр Петрович – ведущий эксперт-культуролог, политолог, этноконфликтолог. Профессор кафедры ЮНЕСКО, директор Центра деловых коммуникаций и социокультурной экспертизы Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации, доктор культурологии, кандидат философских наук, доцент, почетный работник высшего профессионального образования. Является автором и соавтором 15 учебников и учебных пособий по истории культуры, культурологии, межкультурной коммуникации, мировой художественной культуре. Имеет 15-летний практический опыт проведения экспертиз культурологической направленности.

Также две стадии инкультурации – детскую и взрослую – различает А. Лысков. Этот автор охарактеризовал вторую стадию процесса инкультурации как «появление права индивида на самостоятельный выбор, в пределах установленных в данном обществе правил» [52]. Однако в своих рассуждениях о стадиях автор не делает между ними различий.

Каждому человеку на протяжении всей его жизни приходится осваивать множество социальных ролей, поскольку процессы социализации и инкультурации продолжаются всю его жизнь. В исследованиях зарубежных ученых называют три способа передачи культурной информации:

- вертикальную трансмиссию, в ходе которой социокультурная информация передается от родителей к детям;
- горизонтальную трансмиссию, при которой освоение культурного опыта и традиций идет в общении со сверстниками;
- непрямую трансмиссию, при которой индивид обучается у окружающих его взрослых родственников, соседей, учителей, как на практике, так и в специализированных институтах инкультурации (школы, вузы, трудовые коллективы).

Безусловно, на формирование культурной информации и ее восприятие влияют социальная среда и культура. В культурно-исторической теории (Л. С. Выготский [53; 54] и др.) социальная среда трактуется как источник развития личности. В процессе становления личности важная роль отводится способу овладения культурой, формированию мышления и поведения, знаково-символических систем (языка, письма и др.). Овладение индивидом системой знаков и символов знаменует у него наличие высоких психологических процессов. Научение и овладение системой знаков происходит на коллективном, социальном уровне, а затем на основе процесса *интериоризации*. Когда вырабатывается алгоритм внутренних преобразований, происходит обратный процесс – *экстериоризация*, т. е. вынесение результатов умственной деятельности вовне. Принцип «внешнее через внутреннее» лег в основу самообучения и саморазвития личности.

Российский культуролог М. А. Ариарский кроме процессов социализации и инкультурации важными и неизбежным считает процессы, без которых невозможно освоение культурного пространства – *хоминизацию, индивидуализацию и самореализацию*.

Хоминизация личности рассматривается М. А. Ариарским как «первостепенный процесс приобщения новорожденного к роду человеческому, благодаря которому происходит формирование общегуманистических нравственных качеств, основ физической и санитарно-гигиенической культуры (бытовой культуры), культуры речи, культуры общения, адаптации органов восприятия к конкретным формам природной и культурной среды. Хоминизация опирается на национальные, религиозные, региональные, семейные и иные традиции, осуществляется главным образом в рамках семьи» [55, с. 91].

Индивидуализация охватывает все стороны личности, она состоит в развитии всех человеческих потенций – интеллекта, воли, эстетического вкуса, культуры общения. Но глубже всего она выражается в развитии и культурном наполнении таких качеств и душевных стремлений, как мудрость, оптимизм, любовь, надежда, вера, постоянная потребность в творчестве. Благодаря этим глубинным экзистенциальным качествам человек в максимальной степени чувствует себя самим собой, отличает себя от других людей, от мира в целом, испытывая при этом не чувство отчужденности и случайности существования, а живую связь с миром и людьми, необходимость и призванность своей жизни» [55, с. 152].

Кроме этого М. А. Ариарский убежден в том, что «каждый индивид в своем становлении и развитии проходит стадии *хоминизации* и *социализации*, большинство *инкультурации*, многие достигают стадии *индивидуализации*, когда личность в полной мере реализует свои индивидуально творческие потенции, самореализует себя. С одной стороны, и хоминизация, и социализация, и инкультурация, и индивидуализация представляют процессы, протекающие в рамках онтогенеза. Социализация немыслима без опоры на хоминизацию, инкультурация осуществляется на базе хоминизации; индивидуализация интегрирует в себе все, что освоил индивид на всех этапах своего развития. Однако, с другой стороны, эти процессы нельзя ранжировать в строгой последовательности, поскольку в значительной мере они носят взаимосвязанный, взаимопроникающих характер», – считает исследователь [55, с. 150].

В современных условиях, где процессы коммуникации, информатизации сопутствуют человеку с самого его рождения, активно влияют на формирование общественного мнения, политические настроения, создают среду непрерывных информационных контактов,

происходит усложнение отношений «человек – природа», «человек – техника», «человек – информация», «человек – коммуникация», «человек – время». Появляются новые требования к взрослению, скорости обучения, усвоению информации, умению ориентироваться в пространстве, в том числе и виртуальном, повышенной социальной активности, освоению новых технических знаний, умений, навыков.

Новые требования предопределяются медиапространством, которое ориентируется на человека, личность, индивидуальность или социальную общность – оно является объектом исследования. Процессы освоения личностью социокультурного пространства – предметом исследования.

Проведенный анализ научных работ свидетельствует о существовании большой теоретико-методологической базы исследования процессов освоения личностью социокультурного опыта. *Вместе с тем следует подчеркнуть, что в данной работе основное внимание будет акцентировано на инкультурации – процессе малоизученному и сложному для восприятия и понимания.*

Существует ряд научных работ, в которых прослеживается разностороннее изучение инкультурации – через учебно-воспитательные (Е. Н. Васечко [56], Ц. Д. Дугарова [57], Г. А. Нигматулина [58]), художественно-творческие (Г. Н. Комарова [59]), эмоционально-психологические (Л. Е. Антонова [60], Е. О. Чубрик [61], Т. Ю. Лебедева [62]), профессиональные (М. Ю. Кирова [63]), информационно-коммуникативные (А. В. Севач [64]), гендерные (Е. Н. Млечко [65]) особенности и условия.

Можно согласиться, что процесс *инкультурации* условно делится на три условные стадии, которые соотносятся с основными возрастными периодами:

1) первая – воспитания и обучения, знакомства и потребления культурных ценностей – приходится на период детства. Главным условием развития личности в этот период является характер культурной среды, в которой она формируется;

2) отличительной особенностью второй стадии (молодости) является развитие способности человека к самостоятельному освоению социокультурного окружения в пределах, установленных в данном обществе. В этот период у личности возникает возможность выбора, принимать или отвергать, то, что ему предлагается культурой. Основное внимание уделяется профессиональной подготовке, осваивается новый статус создание семьи, расширяется круг социальных

контактов. Данный период характеризуется большей способностью индивида к систематизации получаемых знаний;

3) третья стадия связана с полным включением человека в общественную жизнь, выполнением гражданских обязанностей и пользованием определенными правами. Это период биологической и интеллектуальной зрелости. Личность выступает как «транслятор» культуры, становится творцом в смысле создания художественных ценностей, открытий в науке [51, с. 76–77].

Каждая стадия выражает специфику определенного периода, а также комплекс различных свойств и качественных характеристик, присущих именно этой стадии. В процессе инкультурации происходит постепенная выработка человеком навыков, манер, норм поведения, которые характерны для определенного типа культуры, для определенного исторического периода. Человек подчиняется культурным стереотипам, процедурам, зафиксированным, прежде всего, в языке – в способах устной речи, письма и чтения. Осваивая принятые формы инкультурации, он приобретает способность ориентироваться в социокультурной среде.

1.3. Развитие личности в условиях медиaprостранства как проблема научно-теоретических исследований

Анализ литературы, посвященной проблеме адаптации и развития личности в информационной, технотизированной среде, а также воздействию масс-медиа на жизнедеятельность человека показывает, что внимание исследователей сосредоточено прежде всего на социальных и психологических моментах. Так, например, в теории Д. Белла [66] об информационном обществе автор размышляет о перспективах постиндустриальной цивилизации, ее внутренних противоречиях и взаимодействиях развитых стран Западной Европы и Северной Америки с остальным миром, о судьбах рыночной экономики и демократической формы правления, о роли культуры и религии для процесса инкультурации в условиях формирующегося «нового» мира, о контурах нового глобального порядка и проблемах прав человека. Исследования проблемы адаптации личности прослеживаются в основе глубокого научного труда – «Эпоха разобщенности: Размышления о мире XXI в.».



Дэниел Белл (Daniel Bell; 10 мая 1919 г., Нью-Йорк, США – 25 января 2011 г., Кембридж, Массачусетс, США) – американский социолог и публицист, основатель теории постиндустриального (информационного) общества. В «Конце идеологии» (1960) он одним из первых предсказал резкое снижение значения ранее доминировавших классовых идеологий. Позже в «Грядущем постиндустриальном обществе» (1973) он развил представление о том, что современные общества стали не только постиндустриальными, но также информационными, в которых науке и технике, профессиональной и технической занятости отводится центральное место. На этой стадии главной у Д. Белла была идея оптимистического будущего и общества затухающих социальных конфликтов. В «Культурных противоречиях капитализма» (1976), однако, тон меняется. Теперь уже Д. Белл обращает внимание на новые нерешенные противоречия между тремя конкурирующими «осевыми принципами» современного общества: технико-экономической эффективностью; универсальным гражданством, политическим равенством и правом на социальное обеспечение; индивидуальным самовыражением и гедонистским исполнением. Можно сказать, что его социологический анализ выявил изменение настроений в современном обществе.

Те же переживания и отношение к проблеме в условиях информационных революций, глобальных трансформаций действительности прослеживаются в известных работах других зарубежных исследователей – Э. Тоффлера и Н. Лумана, М. Маклюэна, Ж. Лакана, У. Эко, Т. Адорно, М. Кастельса, П. Будье, С. Жижека и др.

Так, в своей работе «Третья волна» Э. Тоффлер предугадывает информационные войны, глобальные конфликты, новый стиль жизни и человеческой деятельности, новые формы политики, экономики и сознания [67]. Работа Н. Лумана «Реальность масс-медиа» посвящена проблеме масс-медиа, их места и роли в современном обществе. Автор развивает оригинальную трактовку масс-медиа как

автономной социальной системы, которая функционирует на основе двоичного кода «информация – неинформация», благодаря чему возникает впечатление, что масс-медиа конструируют единственную общественную реальность, относительно которой все человеческое представляет собой «внешний мир» [68].

С развитием компьютерных технологий и совершенствованием механизмов функционирования информации и социальной коммуникации стало возможным иначе оценивать целостность и единство человеческой цивилизации, принципы самоорганизации людей на основе широкого доступа к медиаресурсам.

Французский психоаналитик и философ Ж. Лакан и итальянский семиотик У. Эко связывали процесс инкультурации через знаковые системы и феномены коммуникации, отводя важную роль языку как системе, которая развивается сама себя путем последовательного разворачивания все новых и новых конвенциональных систем.



Жак Мари́ Эмиль Лакан (Jacques-Marie-Emile Lacan; 13 апреля 1901 г. – 9 сентября 1981 г., Париж, Франция) французский философ (фрейдист, структуралист, постструктуралист) и психиатр. Одна из самых влиятельных фигур в истории психоанализа. Идеи Ж. Лакана нашли широкую поддержку среди французской интеллигенции. Он стал своего

рода культурным героем, бескомпромиссно выступавшим против американского влияния во Франции и против институционального психоанализа, особенно широко распространенного в США. Некоторые теоретики стали называть его «французским Фрейдом», а журналисты заявили, что XX в. должен быть назван «веком Лакана». Выдвинув лозунг «Назад к Фрейдю», на своих семинарах Ж. Лакан подробно разбирал тексты основателя психоанализа и давал им соответствующую интерпретацию, привлекая тем самым молодых психоаналитиков к освоению оригинального наследия классического психоанализа. Неслучайно некоторые исследователи подчеркивали, что «Лакан сделал психоанализ преобладающей интеллектуальной дисциплиной во Франции». Он внес заметную лепту в формирование и распространение структурного психоанализа, который в насто-

нице время имеет своих приверженцев не только во Франции, но и в других странах мира. При жизни Ж. Лакана им было опубликовано несколько работ, включая такие как «Стадия зеркала и ее роль в формировании функции Я» (1936), «Функция и поле речи и языка в психоанализе» (1953), «Тексты» (1966), «Четыре основные концепции психоанализа» (1978). После смерти было опубликовано несколько томов, включающих в себя материалы семинаров, которые он вел в 1950–1960-х гг.

Ж. Лакан считал, что человек, насыщенный коммуникациями, детерминирует структурой подсознания, которая в современном мире формируется медиасредой [69]. У. Эко объясняет существование коммуникации «ненаделенностью» человека бытия и «все, что мы через посредство языка определяем как реальность, подлежит изучению как продукта языка, формирующегося непрерывного семиозиса» [69, с. 273]. Информация и язык для процесса инкультурации по мнению У. Эко представляет собой возможность выбора на уровне сообщения, ставшего означающим, когда оно получает истолкование на основе того или иного лексикона [70, с. 73].



Умберто Эко (итал. Umberto Eco; 5 января 1932 г. — 19 февраля 2016 г., Милан, Ломбардия, Италия) — итальянский ученый, философ, специалист по семиотике и средневековой эстетике, теоретик культуры, литературный критик, писатель, публицист. У. Эко работал на телевидении, обозревателем крупнейшей газеты «Эспрессо» (итал. L'Espresso), преподавал эстетику и теорию культуры в университетах Милана, Флоренции и Турина. Privat-доцент эстетики (1961).

Профессор семиотики Болонского университета (с 1975). Почетный доктор множества иностранных университетов (в частности, Париж III (1989), Афинского (1995), МГУ (1998), Иерусалимского (2002), др. Кавалер французского Ордена Почетного легиона (2003).

С сентября 1962 г. женат на немецкой преподавательнице искусств Р. Рамге. У пары родились сын и дочь.

У. Эко затрагивал широкий спектр вопросов на протяжении плодотворной научной карьеры. Он занимался исследованиями средневековой и современной эстетики, массовой культуры, разработал собственную теорию семиотики. Одной из центральных для него была проблема интерпретации: взаимоотношения читателя и автора, «роль читателя».

Доступность знаний – важнейшее, по мнению Эко, завоевание цивилизации.

Об У. Эко написано около шести десятков книг и огромное количество статей и диссертаций, его творчеству посвящаются научные конференции, в том числе «В поисках розы Эко», США (1984), «Умберто Эко: во имя смысла», Франция (1996), «Эко и Борхес», Испания (1997).

Эко скончался в своем доме в Милане вечером 19 февраля 2016 г. от рака поджелудочной железы, с которым боролся два года. 23 февраля 2016 г. в замке Сфорца в Милане прошла церемония прощания.

Динамика развития медиапространства и ее влияние на развитие личности отслеживается и в идеях немецкого философа и социолога Т. Адорно, где он высказывает мысль о том, что потребление массовой информации приведет к нивелированию индивидов и автоматизации общества. Главным свойством процесса инкультурации является активность личности – действующая, страдающая, программирующая будущее, ожидающая, опровергающая, обучающая и развивающаяся.



Теодор Людвиг Визенгрунд Адорно (нем. *Theodor Ludwig Wiesengrund Adorno*; 11 сентября 1903 г., Франкфурт-на-Майне, Германская империя – 6 августа 1969 г., Висп, Швейцария) – немецкий философ, социолог, композитор и теоретик музыки. Представитель Франкфуртской критической школы.

Учился и впоследствии преподавал во Франкфуртском университете им. Иоганна Вольфганга Гете. С 1934 г. был в эмиграции в Ве-

шкобритании, с 1938 г. – в США. С 1949 г. – вновь во Франкфурте-на-Майне. Его философские воззрения сложились на пересечении аргументов неогегельянства, авангардистской критики культуры, концептуального неприятия технократической рациональности и тоталитарного мышления. Представитель Франкфуртской критической школы. Занимался музыковедением. В центре внимания Т. Адорно – регрессивные социально-антропологические изменения (отмирание рефлексии, замена ее стереотипными реакциями, мысленными клише и т. п.), связанные с развитием массовой индустрии культуры, со стандартизацией отношений в монополистическом управляемом обществе.

Согласно Т. Адорно, производители массовых форм культуры видят в аудитории однородные массы и поэтому склонны поощрять в потреблении пассивность и конформизм. Идея о том, что масс-медиа ведут к автоматизации общества, коренится в представлении о «массах» как об объекте, а не субъекте индустрии культуры, потребляющих лишь то, что они дают, а не то, чего хотят [71, с. 116].

Свои опасения, связанные с развитием личности через искусство, высказывал также П. Сорокин.



Пити́рим Алекса́ндрович Соро́кин (23 января 1889 г., с. Турья, Яренский уезд, Вологодская губерния, Российская империя – 11 февраля 1968 г., Винчестер, Массачусетс, США) – российско-американский социолог и культуролог. Один из основоположников теорий социальной стратификации и социальной мобильности. Предметом социологии П. Сорокин всегда считал взаимодействие социальных групп, функционирующих в различных исторических и культурных обстоятельствах. Социолог решает задачу определения причин разнообразных типов социального поведения и должен учитывать самые различные мотивации, влияния, реакции («плюрализм фактов»). Согласно развитой П. Сорокиным теории «социальной мобильности» любое общество обладает сложной структурой, неизбежно стратифицируется по многим критериям – экономическим, профессиональным, этническим, политиче-

ским и пр., однако общественные и отдельные группы постоянно меняют свое социальное положение («вертикальная» и «горизонтальная» мобильность). Вертикальная мобильность (повышение социального статуса) является показателем степени «открытости» общественной системы. В «закрытом» обществе динамика социальной жизни сведена к минимуму, что неизбежно приводит «закрытые» системы к кризису. В историческом процессе, как считал П. Сорокин, имеет место периодическая смена различных «суперсистем», каждая из которых характеризуется особым культурно-историческим «стилем», уникальной «системой ценностей». Ученый выделял три типа «суперсистем»: «идеациональный», в котором определяющую роль играют альтруизм, мистицизм и аскетизм; «чувственный», в котором преобладают урбанистические черты и интеллектуализм, и наконец «идеалистический», характеризующийся сочетанием особенностей первых двух типов. История представляет собой социокультурный процесс, нормой которого является динамика ценностных ориентиров, их смена и постоянный поиск новых «идеальных целей».

В качестве неодобрения методов медиасреды П. Сорокин выдвинул тезис об «умирании искусства»: «Искусство становится лишь приложением к рекламе кофе... оно становится лишь “спутником” более “солидных” развлечений... божественные ценности искусства умирают... граница между истинным искусством и чистым развлечением стирается: стандарты истинного искусства исчезают и постепенно заменяются фальшивыми критериями псевдоискусства» [72, с. 52].

Выдающийся американский социолог и философ М. Кастельс в своей работе «Информационная эпоха: экономика, общество и культуры» отмечает, что «компьютеризированные коммуникации могут быть мощным средством усиления сплоченности космополитической элиты, которые в противовес основной массе населения в различных странах мира, не имеющей доступа к этим средствам связи, прочно интегрируются в новый мир коммуникаций, связанный с развитием мультимедиа как системы, считающейся оружием власти, потенциальным источником огромных прибылей и символом сверхсовременного» [73, с. 108]. Развитие процесса инкультура-

нии в условиях информационной эпохи М. Кастельс связывает с доступом к средствам коммуникаций, который является индикатором социального и экономического неравенства общества.



Мануэль Кастельс (исп. Manuel Castells; род. 1942 г.) – один из самых авторитетных социальных мыслителей и исследователей современного мира, американский социолог испанского происхождения.

Считается одним из крупнейших социологов современности, специализирующимся в области теории информационного общества. Учился в Парижском университете у А. Турена. В начале научной карьеры изучал проблемы урбанистики. Преподавал социологию в Высшей школе социальных наук (Париж, Франция).

С 1979 г. – профессор Калифорнийского университета в Беркли. В качестве приглашенного профессора читал лекции в крупнейших университетах мира. С 1984 г. неоднократно посещал СССР, а потом – Россию.

В монографии «Галактика Интернет» М. Кастельс связывает развитие процесса инкультурации с виртуальной средой, он говорит о том, что *мы живем в условиях особой культуры, которая «является виртуальной, поскольку строится главным образом на виртуальных процессах коммуникаций, управляемых электроникой. Она является реальной (а не воображаемой), потому что это наша фундаментальная действительность, физическая основа, с опорой на которую мы планируем свою жизнь, участвуем в трудовом процессе, связываемся с другими людьми, отыскиваем нужную информацию, формируем свое мнение, занимаемся политической деятельностью и лелеем свои мечты. Эта виртуальность и есть наша реальность. Вот что отличает культуру информационной эпохи: именно через виртуальность мы в основном и производим наше творение смысла» [74, с. 237].* В своих работах М. Кастельс, в сущности, определил не только специфику Интернета, но и пространство медиа в начале XXI в.

Личность тесным образом связана с социокультурным окружением, поэтому формирующие исторический опыт элементы не могут быть изменены или отброшены. Специфика медиапространства сформировала коммуникационно-технические возможности, высокую информационную емкость, легкость и убедительную чувственность передаваемого, восприятие этой чувственности, скорость и широту трансляции, тиражирование, массовость и доступность. По мнению французского социолога П. Бурдьё, посредником между адресатом и адресантом может выступать некое медиа, обладающее популярностью и публичным авторитетом у публики [75].



Пьер Бурдьё (1930–2002) – французский социолог, представитель постструктурализма. Основатель и издатель (с 1975 г.) журнала «Учёные труды в социальных науках», заведующий кафедрой социологии К. де Франс (с 1981 г.), профессор Высшей школы социальных наук, глава издательства «Liber – Raison d’agir». Учился на отделении философии Э. Нормаль у Л. Альтюссера, Г. Башиляра и М. Фуко. С 1955 по 1958 г. преподавал философию в лицее г. Мулен, затем уехал в Алжир, где продолжил преподавание и начал работать как социолог. Преподавал в университете Лиля, затем в Париже. С 1964 г. – директор-исследователь Высшей школы практических исследований. В 1975 г. возглавил Центр Европейской социологии. Автор 35 книг и нескольких сотен статей, Бурдьё исследовал социальное воспроизводство, систему образования, государство, власть и политику, литературу, масс-медиа, социальные науки.

Речь идет о технологиях, где отлаженный механизм «серийного производства» позволяет формировать общественное мнение и жизненную позицию общества и расширять возможности для процесса инкультурации и социализации.

Свое отношение воздействия медиапространства на личность можно увидеть в работах С. Жижека.



Славой Жижек (словен. Slavoj Žižek, род. 21 марта 1949 г., Любляна) – словенский культуролог и социальный философ фрейдомарксистского толка. Живет и работает в г. Любляна.

Учился на философском факультете Люблянского университета. С 1979 по 1989 г. работал научным сотрудником Института социологии и философии, потом перешел на философский факультет университета. Одновременно с академической карьерой со второй половины 1970-х гг. стал интересоваться психоанализом, исследуя и переводя тексты французского психоаналитика Ж. Лакана. В начале 1980-х гг. основал и возглавил в Любляне Общество теоретического психоанализа (сегодня известно как «Люблянская школа») со своей оригинальной методологией. Жижек – президент люблянского Института социальных исследований, автор многочисленных книг, неоднократно названный в прессе «одним из крупнейших мыслителей наших дней». Широким кругам кинозрителей Жижек известен как интерпретатор фильмов Линча, Уичкока и других режиссеров. В популярной форме его суждения изложены в документальной ленте «Киногид извращенца».

С. Жижек считает, что человек, захваченный и погруженный в медиaprостранство, сам становится продуктом новых медиа. Медиатизация – это процесс превращения реального объекта в искусственный: «тело, которое почти полностью “медиатированно”, функционирует с помощью протезов и говорит искусственным голосом» [76, с. 125].

Таким образом, в рассмотренных выше работах исследователей XX–XXI в. просматривается авторское отношение к проблеме развития личности в условиях доминирования технологий и информатизации. В своих работах они отражают противоречивые процессы становления, адаптации, инкультурации и социализации личности, ее реакцию на динамику процессов глобального мира.

В 1970–80-е гг. категория «медиакультура», «медиапространство» появляется в западноевропейских странах и Америке. Здесь становление темы медиа, медиапространства, медиакультуры в современном

ее понимании можно связать с использованием электронной схемы, в которую входили кабельное телевидение, телефонная система и компьютерные модемы. Благодаря этой схеме, жилые дома и предприятия Америки находились в едином информационно-коммуникативном пространстве [77, с. 16]. Уже тогда стало ясно, что информационно-компьютерная революция представляет собой новый социокультурный феномен, затрагивающий все сферы жизнедеятельности людей: быт, профессиональную активность, систему управления, культурно-образовательную сферу. Так, американский медиолог Д. Рашкофф выражал свое критическое настроение по отношению к глобальному пространству медиа. Рассуждая о новой реалии конца XX в. – инфосфере, включающей в себя многочисленные средства передачи и модификации информации, – он не только описывает это явление, но и поднимает ряд острых вопросов. Насколько человечество, создавшее инфосферу, контролирует протекающие в ней процессы? Не грозит ли неуправляемое увеличение объемов информации возникновением опасных медиа-вирусов, искажающих восприятие реальности?



Дуглас Рашкофф (Douglas Rushkoff, род. 18 февраля 1961 г.) – американский медиа-теоретик, писатель, публицист, преподаватель, график и документалист. Окончил Принстонский университет, получил степень магистра в Калифорнийском Институте искусств. Его взгляды на интернет-культуру и СМИ сделали его популярным советником и консультантом многих организаций и компаний, в том числе

Комиссии ООН по мировой культуре и корпорации «Sony». Пропагандирует новые технологии, является членом-основателем технореализма. Написал десятки книг, затрагивающих проблемы развития СМИ, техники и культуры. Одна из самых популярных – «Медиавирус», написанная в 1995 г. В этой книге он выдвинул теорию медиа-вируса и раскрыл основные понятия («мета-медиа», «тактические средства массовой информации»), обосновал свое отношение к популярному средству современной культуры – телевидению. В настоящее время Д. Рашкофф преподает в отделе исследований СМИ «Новая школа» в университете Манхэттена.

По мнению Д. Рашкоффа, благодаря развитию средств массовой коммуникации в мировой культуре, появилось «поколение икс», выросшее в тесном контакте со средствами массовой информации. Процесс инкультурации для этого поколения полностью поглощен и зависит от существующей по своим законам «инфосферы» или пространства медиа. Представители этого поколения подвержены «медиа-диверсиям», управлению инфо-коммуникативными технологиями, что ведет к глубинным трансформациям современной реальности, расшатывает традиции и идеологическую зрелость общества. Все больше людей воспринимает медиaprостранство не как среду, информирующую о событиях и фактах реального времени (здесь и сейчас), а как самостоятельный феномен, существующий по своим законам и правилам.

Канадско-американский инженер, изобретатель И. В. Маск считает, что в ближайшем будущем произойдет симбиоз компьютерно-мозговой системы, так называемое «нейронное кружево» – усиление возможностей человеческого мозга за счет соединения дополнительного слоя цифрового разума. И. Маск предупреждает, что по мере того, как сложные компьютеры обретают все большие виртуальные способности, людям угрожает опасность значительно отстать в развитии. Потенциал «нейронного кружева» превзойдет самого человека и выйдет из-под контроля, медиaprостранство будет самоуправляемым.



Илон Рив Маск (англ. Elon Reeve Musk, род. 28 июня 1971 г., Претория, ЮАР) – канадско-американский инженер, предприниматель, изобретатель и инвестор; миллиардер. В рейтинге миллиардеров журнала Forbes в 2016 г. его состояние оценивается в 10,7 млрд долл. В декабре 2016 г. вошел в состав Президентского форума по стратегии и политике – группы из 16 наиболее успешных и уважаемых американских предпринимателей, задача которых консультировать 45-го президента США Д. Трампа по вопросам, связанным с экономическим ростом, созданием новых рабочих мест и повышением производительности труда.

«Астероид либо супервулкан может уничтожить нас, а вдобавок мы подвержены рискам, никогда и не снившимся динозаврам: ис-

кусственно созданный вирус, случайное появление микроскопической черной дыры в результате физического эксперимента, катастрофическое глобальное потепление или какая-нибудь еще неизвестная сегодня разрушающая технология может прекратить наше существование. На развитие человечества ушло миллионы лет, но за последние шестьдесят лет атомное оружие создало потенциал самоуничтожения. Рано или поздно наша жизнь должна будет выйти за пределы этого сине-зеленого шарика – или мы вымрем», – считает И. Маск.

И. Маск поставил перед собой цель в 10 раз уменьшить затраты на космические полеты. Для этого он основал SpaceX, вложив в нее 100 млн долл., заработанных от продажи предыдущих компаний.

В январе 2016 г. на инвестиционном форуме в Гонконге И. Маск сообщил о том, что его компания надеется осуществить полет на Марс в 2020–2025 гг.

Мы – уже киборги. И все, что мы делаем и имеем сегодня, – это благодаря объединению усилий с нашим компьютером, телефоном и всеми теми приложениями, которые в них есть. Сегодня мы можем делать просто невероятные вещи. По сравнению с компьютерами, основополагающим ограничением и сдерживающим фактором развития человеческого организма являются ввод и вывод информации, от которых человек очень зависим. Особенно это касается этапа вывода. Например, такой способ вывода, как набор текста двумя пальцами на телефоне, – невероятно медленный по сравнению с той скоростью, с которой человек воспринимает информацию. «Это до смешного медленно. Ввод информации происходит гораздо лучше, так как у нас есть высокоскоростной визуальный интерфейс, связанный с мозгом; наши глаза воспринимают большой объем информации. Таким образом, ввод и вывод отличаются на несколько порядков. Эффективное объединение мозга и цифрового интеллекта в симбиотическую систему позволит устранить ограничения, связанные с вводом/выводом, за счет создания некоего подобия интерфейса прямого доступа к коре головного мозга», – считает И. Маск [78].

Российскими исследователями категории «медиапространство, медиасреда, медиакультура» впервые были упомянуты в первой половине 90-х гг. минувшего века [79, с. 123; 80, с. 45]. Можно согласиться с теми исследователями, которые считают, что механизмы

и функции медиапространства стоит рассматривать как результат формирования высокотехнологичной среды обитания человека, где «человеческих фактор отстает от развития информационных технологий» [81, с. 125]. Позже, в условиях постсоветского периода, появились работы российских исследователей, в которых исследуются непростые взаимоотношения медиа и власти, влияние медиакультуры на личность (А. Грабельникова [82], М. Жабского [83], Н. Кирилловой [84], Е. Кузнецовой [85], Г. Мельник [86], А. Мухина [87], К. Разлогова [88], Д. Стровского [89], А. Федорова [90], А. Борзенко [91] и др.).

Ряд российских исследователей акцентируют существование медиапространства и медиакультуры отдельных сообществ, социальных организаций и групп, рассматривают процесс интеллектуального, духовного, эстетического развития, развивающегося под влиянием регулярного тиражирования и повсеместного распространения текстов СМК. Этот подход представлен в работах А. В. Шарикова [92], О. В. Шлыковой [93], Н. Б. Кирилловой. В данном контексте авторы трактуют медиапространство и медиакультуру как *совокупность информационно-коммуникативных средств, материальных и интеллектуальных ценностей, выработанных человечеством в процессе культурно-исторического развития, способствующих формированию общественного сознания и инкультурации личности* [94, с. 2]. Данные понятия включают в себя культуру передачи информации и культуру ее восприятия. Медиа может выступать для процесса инкультурации некоторой системой в развитии личности, способной читать, анализировать, оценивать медиатекст, заниматься медиатворчеством, усваивать новые знания посредством медиа и т. д.

Некоторые авторы связывают медиапространство через симбиоз культуры самого человека и его деятельности с современными средствами коммуникации, их невозможность неиспользования для творческого самовыражения, которое обеспечивает функционирование личности в социуме (Р. С. Гиляревский) [95].

Представление о медиапространстве как символической суперсистеме эпохи электронных средств коммуникации через «культуру повседневных действий» представлено в исследовании О. В. Сергеевой [96]. Автор считает, что медиапространство увеличило частоту контактов между индивидами, акцентирует внимание на принципиальной особенности этих коммуникаций – поддержании взаимодей-

ствия «многие-со-многими», социальное значение которых состоит в «цифрофизации». Благодаря новым медиасредствам определен иной, максимально интерактивный тип сообщества, где, например, компьютер сегодня стал для человека центром коммуникации и досуга [97, с. 305–306].

По мнению В. А. Возчикова, медиaprостранство занимает в жизни человека доминирующую позицию, определяется интеллектуальными способностями человека, является отправной точкой в процессе инкультурации и самореализации личности в современном обществе. Исследователь делает упор на информационно-техническую характеристику понятия медиaprостранства и подчеркивает, что доминирующая культура информационного общества отражается через деятельность традиционных и электронных средств массовой информации, воссоздающих социокультурную картину мира с помощью словесных, звуковых и визуальных образов. Медиакультура вбирает в себя функциональное многообразие массовой, народной, элитарной культур и их модификации, онтологически укорененные в жизнедеятельности человека [98, с. 18].

В белорусской научной литературе исследование медиaprостранства появляется в начале XXI в. в работах А. Буравкина [99], А. Гусева [100], Т. Жилинской [101, 102], С. Колбышевой [103], И. Корзуна [104], Л. Саенковой, [105], А. Сарны [106] и др. Среди белорусских культурологов, которые занимаются проблемой развития личности в условиях трансформаций социокультурной действительности, можно назвать работы И. Воронович [107], М. Можейко [108], А. Смолиа [109], Т. Сухоцкой [110] и др.

Изучение коммуникативных процессов в глобальном информационном обществе отражено в научных работах белорусских ученых Н. Веремеевой [111], Т. Кузмич [112], А. Лазаревича [113], Г. Науменко [114], Д. Ротмана [115], А. Ходанович [116]. Процессам международной интеграции в медиасфере и основным этапам развития аудиовизуальных СМИ в Республике Беларусь посвящены работы А. Градюшко [117], Ю. Зиссера [118], В. Маючий [119, 120], И. Толстик [121], А. Плавник [122], В. Правдивца [123], О. Пролесковско-го [124], И. Рака [125], А. Сарны [126]. Перспективы развития медиаобразования в Республике Беларусь отображены в работах В. Воробьева [127], В. Ивченкова [128], К. Ремишевского [129], А. Русецкого [130]. Значительное внимание исследований посвящено осмыслению фи-

лософских, социальных и психологических аспектов развития личности, изучены проблемы взаимосвязи информационной среды, медиапространства и культуры общества. В этих работах подчеркивается социальная и культурная роль медиапространства, а также роль качества и количества информации, формирующей нынешнюю систему ценностей, на которой базируется организация современных обществ с различной культурой, объединенных эпохой постмодерна с его характерными чертами. В ряде работ подчеркивается, что в постиндустриальном обществе установка на прогресс и инновацию уже заложена в самой логике развития мультимедийных технологий.

Дробление и поливариантность подходов к изучению взаимодействия медиа и личности вызваны масштабом и характером трансформаций в экономической, общественной, социокультурной, профессиональной и других сферах. Развитие личности происходит во временном отрезке, имеет свои характеристики и формы, т. е. приобретает осмысленность, приуроченность, продолжительность, адресность. В процессах инкультурации и социализации происходит постепенная выработка человеком навыков, манер, норм поведения, которые характерны для определенного типа культуры, для определенного исторического периода. Человек подчиняется культурным стереотипам, процедурам, зафиксированным прежде всего в языке – в способах устной речи, письма и чтения. Осваивая принятые формы встраивания в общество, он приобретает способность ориентироваться в социокультурной среде. Исследуя различные подходы к определению инкультурации, остановимся на следующем: *инкультурация – это процесс и результат усвоения личностью традиций, обычаев, ценностей и норм родной культуры: изучение и передача культуры от одного поколения к другим* [131, с. 370; 132, с. 132]. Понятие «инкультурация» применяется для освоения культурных норм как детьми, так и взрослыми индивидами.

Следует отметить, что анализ рассмотренных выше исследований, посвященных воздействию современных информационно-коммуникационных технологий на процесс инкультурации личности в медиапространстве, показывает, что в культурологическом аспекте эта проблема мало разработана. Если говорить в целом о комплексе литературы по данной теме, то необходимо признать, что наиболее часто процесс воздействия современных информационно-коммуникационных технологий на сознание человека становится предметом рассмотрения социологов, психологов, политологов, журналистов, которые стремятся

выявить его значение в жизни человека в контексте того или иного социума, а также в культурно-исторической и социально-исторической среде. Однако в зарубежной и отечественной литературе недостаточно работ, которые раскрывали бы с культурологической и социально-философской точек зрения данную проблему. Более того, многообразие рассматриваемых аспектов этой проблемы отнюдь не свидетельствует в пользу того, что она исследована с достаточной полнотой.

Термин «медиа» происходит от английского «*media*», что является множественным числом слова «*medium*». Многозначность этого понятия определяет широкое поле дисциплинарных подходов к его интерпретации и отсутствие единого толкования. Наиболее распространенное современное определение «медиа» указывает на его техногенную природу: «медиа – это техническое устройство для создания, записи, передачи и хранения информации» [133]. Этот термин появился в XX в. для обозначения любого проявления феномена «массовой культуры». Исследователи не выделяют медиакультуру как особое отдельное явление, а рассматривают ее проявление в качестве факторов культуры массовой. В российской программе «Медиаобразование» для учащихся старших классов средних школ, разработанной в 2000 г., медиакультура понимается как умения «художественно-творческой деятельности, восприятия, интерпретации, анализа аудиального, визуального, аудиовизуального текста» [134, с. 58]. Данное определение скорее характеризует результативный компонент, приобретенный в процессе медиаобразования через знания и умения.

Одним из первых попытался дать научное определение медиакультуре известный российский специалист по медиаобразованию А. В. Федоров.



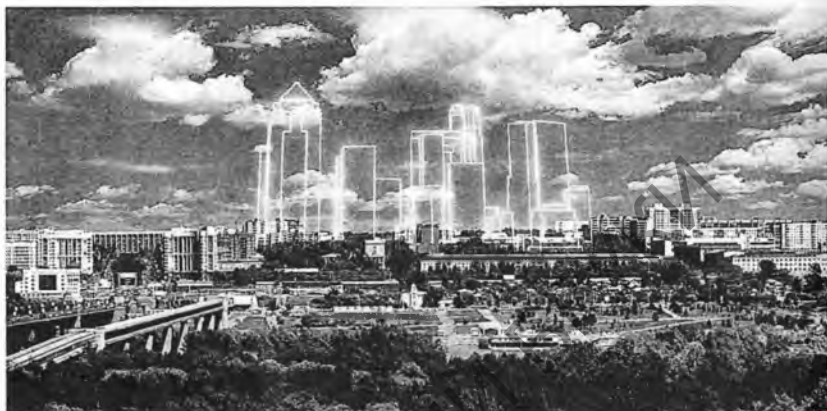
Александр Викторович Федоров (род. 4 ноября 1954 г.) – российский ученый-педагог, специалист по медиаобразованию, киновед, кино-критик. Автор свыше двадцати книг по проблемам российского и зарубежного киноискусства, теории, истории и методике медиаобразования. Публикуется по вопросам киноискусства и медиаобразования с 1978 г. (свыше 400 статей в российских и зарубежных журналах).

С 2005 г. – проректор по научной работе ТГПИ. Читает курсы по медиаобразованию, медиакультуре, киноискусству, руководит аспирантами по тематике медиаобразования, является главой ведущей научной школы РФ в области гуманитарных наук (по теме медиаобразования и медиакомпетентности).

Медиакультура трактуется А. В. Федоровым как совокупность материальных и интеллектуальных ценностей в области медиа, а также исторически определенная система их воспроизводства и функционирования в социуме: по отношению к аудитории «медиакультура» или «аудиовизуальная культура» может выступать системой уровней развития личности человека, способного воспринимать, анализировать, оценивать медиатекст, заниматься медиаторчеством, усваивать новые знания в области медиа» [135, с. 113–114]. Исследователь раскрывает медиакультуру через содержание категории «культура», которое трактовалось в 70-х гг. XX в. как совокупность материальных и духовных ценностей, созданных и создаваемых человеком в процессе общественно-исторической практики и характеризующих исторически достигнутую степень развития общества [135, с. 196]. Медиакультуру нельзя рассматривать вне культуры (в отрыве от культуры как таковой), медиакультура и есть часть общей культуры, в которой могут проявляться разные субкультурные, контркультурные технологические медиатрансформации.

Остановимся на следующем определении. Медиакультура (*media culture*) – это постоянно обновляемая символическая совокупность форм медиа, отражающая глобальную картину мира на определенном этапе развития человечества, где под формами медиа (*forms of media*) понимается конвергентный комплекс аппаратных и инструментальных программных технических средств, в том числе и средств телекоммуникационной связи, обеспечивающих интерактивное программно-методическое сопровождение современных медийных продуктов. Мультимедийные средства обладают постоянно развивающимся креативным потенциалом, который позволяет находить самые разнообразные и действенные формы и методы самореализации.

ГЛАВА II. ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ МЕДИАПРОСТРАНСТВА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ



2.1. Формирование и реализация государственной политики Республики Беларусь в области информатизации

За последние 50 лет Беларусь стала активным участником в области развития отраслей ИКТ, занимаясь разработками основных компонентов информационной индустрии (информационное оборудование, программное обеспечение, информационная инфраструктура, информационные системы).

Современное медиапространство Беларуси характеризуется стремительным научно-техническим прогрессом, глобальной информатизацией, возросшим уровнем коммуникационных связей, качественными изменениями в социокультурной интеграции личности и общества.

Сущность и специфика медиапространства Беларуси определяются как целостный, системный феномен современной действительности, где доминируют его интегрирующая роль, полифункциональность, конвергентность и техническое многообразие.

К основным тенденциям развития современного медиапространства Республики Беларусь можно отнести:

- глобализацию как фактор производства материальных и духовных ценностей современной культуры;

- производство и потребление новых форм материальной культуры (носителей информации), медиасредств;
- пропаганду и использование медийных и цифровых продуктов, стимулирование динамики медиапространства Республики Беларусь за счет коммерциализации и пропаганды медиатехнологий;
- значимость менеджмента интеллектуального ресурса, человеческого потенциала в социокультурной, экономической сфере;
- трансформацию трудовых, экономических, политических, образовательных и индивидуальных форм жизнедеятельности за счет всепроникающего характера медиа.

Государственная политика Беларуси в новых условиях начала формироваться с принятием и реализацией Программы информатизации Республики Беларусь на 1991–1995 гг. и на период до 2000 г. В соответствии с Указом Президента Республики Беларусь от 24 июля 1998 г. № 376 [136–140] был создан компьютерный банк проектов законов Республики Беларусь. Цель его создания – совершенствование процесса подготовки и принятия законопроектов на основе формирования полной картины процесса законотворчества в Республике Беларусь. Главное внимание на этом этапе уделялось проблемам создания общегосударственной информационной системы, информационных систем органов государственного управления и формированию государственных информационных ресурсов. Укрепилась нормативно-правовая база, разрабатывались и реализовывались новые концептуальные и программные документы. Были приняты законы Республики Беларусь «Об информации», «О государственных секретах», «Об основах государственной научно-технической политики», «О стандартизации», «О сертификации». В соответствии с положениями законов в сферу полномочий государства входили: формирование информационных технологий, систем и сетей; формирование системы коммуникаций; регулирование отношений в сфере информатизации посредством проведения инвестиционной и бюджетной политики и др.

Постановлением Совета Министров Республики Беларусь «О развитии в республике работ по созданию единой научно-информационной компьютерной сети» № 1609 от 22 октября 1998 г. [138], Указом Президента Республики Беларусь № 591 от 7 декабря 1998 г. была создана Межведомственная комиссия по вопросам информатизации в Республике Беларусь.

В 1999 г. в Республике Беларусь принята Концепция государственной политики в области информатизации (одобрена Указом Президента Республики Беларусь от 6 апреля 1999 г. № 195) [139] и несколько государственных программ, направленных на развитие и внедрение информационных технологий. В развитие данной концепции были приняты государственные программы: «Белэлектроника», 2001–2005 годы (заказчик – Министерство промышленности Республики Беларусь, головной исполнитель – научно-производственное объединение «Интеграл»), «Защита информации», 2001–2005 годы (заказчик – государственный центр безопасности информации при Президенте Республики Беларусь), исполнитель – Государственное предприятие «НИИ проблем защиты информации»), «Информационные технологии», 2001–2005 годы (заказчик – Фонд информатизации Республики Беларусь, исполнитель – Государственное научное учреждение «Объединенный институт проблем информатики НАН Беларуси»). Главной стала Государственная программа «Электронная Беларусь» [140].

Реализация мероприятий подпрограмм «Создание общегосударственной автоматизированной информационной системы» и «Совершенствование деятельности государственных органов на основе использования ИКТ» Государственной программы информатизации «Электронная Беларусь» на период до 2010 года, сформированных под руководством и с участием НАН Беларуси, подпрограммы «Электронное правительство» (ЭП), включающей два проекта ОИПИ НАН Беларуси, Национальной программы ускоренного развития услуг в сфере ИКТ на 2011–2015 гг. (далее – Национальная программа), в комплексе обеспечили завершение работ по созданию и развитию базовых компонентов инфраструктуры ЭП и формированию государственной системы предоставления электронных услуг. Выполнение мероприятий способствовало формированию и развитию государственных информационных ресурсов и оказанию электронных услуг, совершенствованию бизнес-процессов и оптимизации административных процедур в организациях, оказывающих электронные услуги, созданию территориально распределенных информационно-аналитических систем в целях получения необходимой для принятия управленческих решений информации и применению средств ее аналитической обработки,

а также системному развитию услуг региональной информатизации [141, с. 11].

Под ЭП понимается применение информационно-коммуникационных технологий в органах государственного управления, что в сочетании с организационными изменениями и внедрением новых навыков призвано совершенствовать государственные услуги и демократические процессы и обеспечивать поддержку институтам государственной политики (*e-Government Website of the European Commission*), или такое правительство, которое применяет ИКТ с целью преобразования своих внутренних и внешних взаимоотношений (*United Nations Department of Economic and Social Affairs*) [141, с. 9].

¹ В проекте программы социально-экономического развития, которая обсуждалась на Пятом Всебелорусском собрании, отмечено, что в текущей пятилетке (2016–2020 гг.) в сфере информатизации предстоит решить следующие ключевые задачи:

- создание одной из самых современных инфраструктур телекоммуникаций в Восточной Европе. Реализация программы «Оптическое волокно в каждый дом». Расширение проекта создания сотовой связи четвертого поколения на территорию всей страны. По мере разработки новейшего стандарта связи пятого поколения будут запущены соответствующие пилотные зоны на территории Беларуси. Уровень проникновения Интернета к 2020 г. составит минимум 80 % домохозяйств;

- создание полноценного ЭП. Ориентиром по качеству и полноте *e*-услуг может служить Южная Корея (мировой лидер в данной области). К 2020 г. все базовые административные услуги должны оказываться в электронном виде. Все жители страны будут иметь возможность использовать электронную подпись. Получить любые документы, справки можно будет быстро, легко и удобно, все административные процедуры станут прозрачными;

- стандартом для новых домов и квартир должна стать система «Умный дом». Во всем вновь вводимом жилье граждане будут иметь возможность использовать эту систему;

- максимальное внедрение во всех отраслях экономики технологий сбора и обработки больших массивов данных, прежде всего в медицине, торговле и сельском хозяйстве;

- изучение возможностей использования новейших технологий передачи и хранения информации в банковской сфере, государственном управлении, нотариате и др;
- снятие всех административных барьеров, мешающих развитию *e*-торговли, а также использованию ведущих мировых и региональных платежных систем;
- оснащение всех школ страны высокоскоростным беспроводным Интернетом, широкое использование электронных средств обучения (*e*-дневник, *e*-журнал, *e*-учебник и др.);
- транспортная сфера – создание автоматизированных систем мониторинга и управления состоянием транспортной инфраструктуры, внедрение интеллектуальных комплексов регулирования дорожного движения, систем учета топливных ресурсов;
- промышленность – внедрение автономных производственных комплексов, систем управления на основе концепции «Интернет вещей», технологий трехмерной печати, полной цифровой интеграции инженерно-конструкторских работ по всей цепочке создания стоимости;
- сельское хозяйство – переход к точному земледелию, основанному на широком использовании данных спутниковых систем связи и навигации, автоматизированных систем сбора информации и управления процессами;
- жилищно-коммунальное хозяйство – повсеместное внедрение систем автоматического учета и регулирования потребления топливно-энергетических ресурсов, контроля за техническим состоянием объектов инфраструктуры, полнотой и правильностью начисления и оплаты жилищно-коммунальных услуг;
- создание в Беларуси правовой, образовательной и инвестиционной среды (включая вопросы налогообложения, защиты интеллектуальной собственности и инвестиций, движения капитала), максимально благоприятной для развития цифровых технологий, новых технологических проектов, бизнеса в сфере информационных технологий НИТ, ИТ и др. [141, с. 9].

В качестве второй актуальной задачи названо создание полноценного ЭП. Его создание предполагает построение распределенной общегосударственной автоматизированной информационной системы обработки информации (ОАИС), которая реализует реше-

ние полного спектра задач, связанных с управлением документами и процессами их хранения, поиска, обработки и распространения.

ОАИС предназначена для интеграции государственных информационных ресурсов и автоматизации деятельности органов государственного управления по предоставлению информационных услуг другим государственным органам, организациям и гражданам, целью которой является повышение эффективности и качества функционирования государственных органов и, как следствие, качества оказываемых услуг. К основным направлениям ОАИС также относятся интеграция государственных информационных ресурсов и обеспечение доступа к ним с целью оказания информационных услуг на безвозмездной основе органам государственного управления, субъектам хозяйствования и физическим лицам, а также полная интеграция ОАИС в мировое информационное пространство. Опыт такой интеграции уже есть, например, с 2011 г. Республика Беларусь организовала межгосударственное взаимодействие в области электронного документооборота по принципу третьей доверенной стороны, который позволил не ущемлять интересы ни одного из государств. Это позволило обмениваться электронными документами не только в рамках Таможенного союза, но и со странами-соседками – Литвой и Польшей.

Мероприятиям по созданию ЭП в республике соответствуют: Концепции государственной политики в области информатизации, одобренной Указом Президента Республики Беларусь от 6 апреля 1999 г. № 195; Стратегии развития информационного общества в Республике Беларусь на период до 2015 г., утвержденной постановлением Совета Министров Республики Беларусь от 9 августа 2010 г. № 1174; Стратегии развития информатизации в Республике Беларусь на 2016–2022 гг., одобренной протоколом заседания Совета Министров Республики Беларусь от 3 ноября 2015 г. № 26.

На системное решение задач развития ЭП в республике был направлен ряд общегосударственных программ и проектов: Государственная программа информатизации Республики Беларусь на 2003–2005 гг. и на перспективу до 2010 г. «Электронная Беларусь», разработанная в НАН Беларуси во исполнение поручения Президента Республики Беларусь от 27 мая 2002 г. № 09/540-20, утвержденная постановлением Совета Министров Республики Беларусь от 27 декабря 2002 г. № 1819; Национальная программа, утвержденная постановлением Совета Министров от 28 марта 2011 г. № 384; Госу-

дарственная программа развития цифровой экономики и информационного общества на 2016–2020 гг., утвержденная постановлением Совета Министров от 23 марта 2016 № 235.

Сегодня внедрена и функционирует система межведомственного документооборота государственных органов Республики Беларусь – государственная межведомственная информационная система, обеспечивающая межведомственное взаимодействие государственных органов и иных организации посредством обмена электронными документами, разработанная в РУП «Республиканский центр электронных услуг». Его услугами пользуются более 2100 абонентов, среди которых все высшие органы государственного управления и ряд организаций. До конца 2016 г. планировалось подключить к системе более 17 000 абонентов – государственных организаций и реализовать проект открытых данных Беларуси в рамках развития информатизации Беларуси 2016–2020 годы. Кроме этого внедрена система управления открытыми ключами (ГосСУОК), разработанная в соответствии со ст. 29 Закона Республики Беларусь от 28 декабря 2009 № 113¹ «Об электронном документе и электронной цифровой подписи», предназначенная для обеспечения возможности получения всеми заинтересованными организациями и физическими лицами информации об открытых ключах и их владельцах в Республике Беларусь, представляет собой систему взаимосвязанных и аккредитованных в ней поставщиков услуг.

Повышению потенциала национальных разработок в сфере ИКТ, в том числе развитию инфраструктуры ЭП, способствуют основные направления фундаментальных и прикладных исследований программ на 2016–2020 гг., а именно Государственной научно-технической программы «Интеллектуальные информационные технологии» и Государственной программы научных исследований «Информатика, космос и безопасность» [141, с. 10–11].

Необходимо отметить, что по уровню развитости ИКТ Республика Беларусь с каждым годом обеспечивает себе более высокие места в ежегодном мировом рейтинге (данные ежегодного отчета о ИТ-конкурентоспособности мировых стран).

Индекс развитости ИКТ (*The Networked Readiness Index, NRI*) измеряет готовность стран к эффективному использованию ИКТ по трем параметрам: среда для развития ИТ, готовность трех основных заинтересованных сторон (граждан, бизнеса и национальных прави-

тельств) к плодотворному использованию ИКТ, а также оценивается фактическое использование ИКТ.

В ежегодном отчете Международного союза электросвязи (МСЭ) «Измерение информационного общества» по итогам 2014 г. по индексу развития ИКТ Республика Беларусь заняла итоговое 36-е место из 167. Беларусь отмечается международными экспертами как одна из десяти экономик мира с наибольшими изменениями по показателям доступа ИКТ, отражающим технический уровень развития современной инфраструктуры в стране. По оценкам комиссии МСЭ по развитию широкополосного доступа, на начало 2015 г. Республика Беларусь занимает 25-ю позицию по количеству абонентов стационарного широкополосного доступа (28,8 на 100 жителей) и 23-ю позицию по количеству домохозяйств, имеющих доступ в сеть Интернет (57,1 на 100 домохозяйств) среди 195 стран, принявших участие в исследовании [142, с. 9].

По оценке МСЭ в Беларуси в последние годы сохраняются достаточно высокие темпы развития информационно-коммуникационной инфраструктуры. Экспорт услуг сектора ИКТ Беларуси с каждым годом растет (табл. 1).

Таблица 1

Экспорт услуг сектора ИКТ Беларуси

Услуги сектора ИКТ:	2009	2010	2011	2012	2013
телекоммуникационные услуги	148,4	167,2	177,3	182,3	183,2
компьютерные услуги	155,9	217	272,7	402,1	545,5
информационные услуги	3,2	4,5	6,4	7,8	12,1
доля услуг ИКТ в общем объеме экспорта услуг, %	9,3	8,9	9	10,6	11,2
Всего: млн долл. США	307,5	388,7	456,4	592,2	740,8

По итогам 2014 г. объем экспорта компьютерных услуг Беларуси составил около 60 долл. США на душу населения, при этом у Индии этот показатель равнялся 41 долл. США, у США – 36 долл. США. Рост экспорта компьютерных услуг специалисты связывают, прежде всего, с поддержкой государства в развитии ИТ-технологий, совершенствованием системы образования, нацеленной на подготовку высококвалифицированных специалистов, качественной телекоммуникационной инфраструктурой, налоговой и законодательной базами (рис. 2).

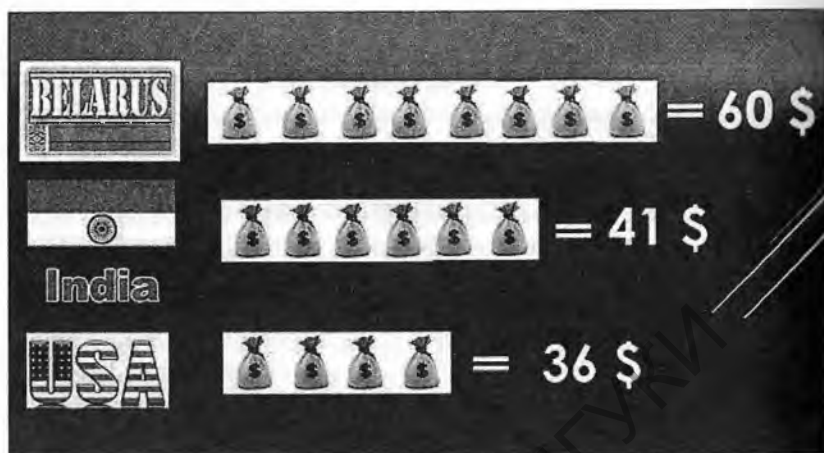


Рис. 2. Экспорт ИТ-услуг на душу населения среди стран: Индии, США, Беларуси

За 2013 г. в Беларуси сальдо компьютерных услуг превысило 480 млн долл. США [143]. Среди стран Таможенного союза только Беларусь имеет положительное сальдо компьютерных услуг, причем на протяжении последних пяти лет страна постоянно увеличивает этот показатель (рис. 3).

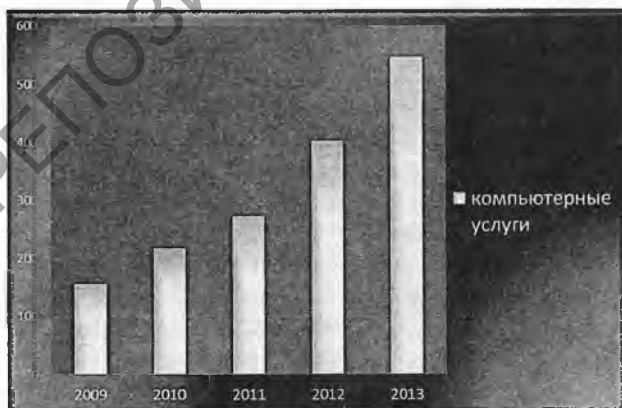


Рис. 3. Динамика развития компьютерных услуг Беларуси

Объем экспорта Парка высоких технологий в 2016 г. увеличился на 16 % и составил 820,6 млн долл. США. Доля экспорта в общем объеме производства Парка составила 91 %.

Разработанное в ПВТ программное обеспечение поставлялось заказчикам из 67 стран мира. Почти половина экспорта пришлась на страны Западной Европы, 43,2 % – на США. Объем экспорта в Россию за год упал на 43 %.

Объем внедрения программного обеспечения, разработанного в Парке высоких технологий, для белорусских предприятий составил 166,6 млн руб. По сравнению с 2015 г. этот показатель увеличился в 1,6 раза [144].

Также отмечается положительная динамика проникновения компьютерных технологий в государственные органы и другие организации Республики Беларусь. Наиболее очевиден рост в использовании глобальной сети Интернет и электронной почты – 97 % (табл. 2) [145]. В пределах 60 % организаций имеют собственные веб-сайты в сети Интернет (табл. 3) [146].

Таблица 2

**Основные показатели проникновения ИКТ
в организациях Республики Беларусь**

	Всего					В процентах от общего числа организаций				
	2011	2012	2013	2014	2015	2011	2012	2013	2014	2015
Число обследованных организаций	7469	7259	7990	8316	7829	100	100	100	100	100
из них:										
использовали:										
электронную почту	6953	6903	7707	8065	7584	93,1	95,1	96,5	97	96,9
локальные вычислительные сети	5505	5549	6281	6751	6411	73,7	76,4	78,6	81,2	81,9
Интернет	7062	7030	7793	8089	7611	94,6	96,8	97,5	97,3	97,2
Интранет	1355	1338	1718	1877	1819	18,1	18,4	21,5	22,6	23,2
Экстранет	437	386	561	677	678	5,9	5,3	7	8,1	8,7
имели веб-сайт в сети Интернет	3748	3719	4556	5175	4670	50,2	51,2	57	62,2	59,7

Официальные интернет-ресурсы Республики Беларусь (2015 г.)

Организации Республики Беларусь	Количество интернет-ресурсов
Высшие органы государственной власти	8
Министерства	34
Государственные комитеты	12
Государственные концерны	5
Региональные органы управления	149
Иные республиканские госорганы и организации	17
Промышленность	52
Торговля	5
Электронная торговля	7
Здравоохранение	10
Культура	8
Физкультура и спорт	8
Сельское хозяйство	13
Наука	8
Религия	10
Средства массовой информации	13
Право	8
Транспорт	12
Образование	45
Туризм	14
Услуги населению	4

Большинство интернет-ресурсов организаций Республики Беларусь предоставляют информацию по таким формам взаимодействия, как электронное обращение граждан, «горячая линия», телефон доверия, служба «Одно окно», графики личного приема руководства, перечень административных процедур, осуществляемых по заявлениям граждан, проведение единых дней информирования.

Статистика подтверждает высокий процент целевого использования сети Интернет для взаимодействия с государственными органами (организациями) и получения отдельных видов государственных информационных услуг (табл. 4) [147, с. 84–85].

Таблица 4

Целевое использование Интернета для взаимодействия с госорганами

Цели использования сети Интернет	Число организаций, ед. в Республике Беларусь	В % к общему числу организаций, имевших доступ к сети Интернет
Получение информации о деятельности государственных органов (организаций)	6 720	83,1
Получение бланков форм от государственных органов (организаций) (государственной статистической или налоговой отчетности, заявлений, квитанций и др.)	7 461	92,2
Получение государственных информационных услуг от государственных органов (организаций) в электронном виде без необходимости использования бумажного документооборота при получении таких услуг	5 943	73,5

Использование Интернета в организациях для взаимодействия с органами государственного управления преимущественно включает в себя следующие цели:

- получение информации о деятельности органов государственного управления;
- получение бланков форм (например, статистической или налоговой отчетности);
- представление заполненных форм;
- участие в электронных торгах на закупку товаров (работ, услуг) для государственных нужд.

Из этого можно заключить, что органы власти в своей нынешней деятельности используют возможности ИКТ преимущественно на официальном уровне. Имеются и формы интерактивного взаимодействия с населением. Преимущества использования ИКТ во взаимодействии с госорганами очевидны. Развитие ЭП одновременно яв-

ляется стимулом для решения использования ИКТ во всех сферах деятельности общества.

Систему ИКТ взаимодействия следует рассматривать как комплекс отношений по поводу документооборота между властью и населением. Весь спектр контактов можно свести к формальным процедурам документооборота, инициированного как снизу (при получении справок, дубликатов документов, электронных обращений и т. д.), так и сверху, когда интенция исходит от власти (участия граждан в общественно-политических мероприятиях). Такая форма взаимодействия приняла в последние годы регулярный характер и стала складываться в упорядоченную систему. Тем более, что удельный вес домашних хозяйств, имеющих доступ к сети Интернет с домашнего компьютера также значительно вырос по сравнению с 2007 г. (табл. 5, рис. 4) [148].

Таблица 5

Динамика доступа к сети Интернет с домашнего компьютера

Область исследований		2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Всего по Республике Беларусь	всего по типам местности	12,1	16,8	20	24,9	31,2	40,3	51,9	57,1
	городская местность	16,7	23,1	25	30,6	38,1	47,5	59,5	63,8
	сельская местность	2,9	4,5	6,8	9,8	13,1	21,4	31,8	39,5
Брестская область	всего по типам местности	10	15	16,9	20,1	27,5	34,7	52	54,5
Витебская область	всего по типам местности	7,9	11,7	13,6	18,5	23,2	36,3	49,5	55,7
Гомельская область	всего по типам местности	7,6	11,9	14,6	16,7	25,2	35,6	45,8	53
Гродненская область	всего по типам местности	8,9	11,3	16,5	21,3	26,2	36,1	52,8	53,2
г. Минск	всего по типам местности	27	39,5	41,6	45,1	51,4	61,9	64,2	68,4
Минская область	всего по типам местности	10,5	13,3	15,9	23,6	29,5	34,7	45,9	53,4
Могилевская область	всего по типам местности	8,3	11,6	12,6	21,2	28,1	35	49,5	57,5

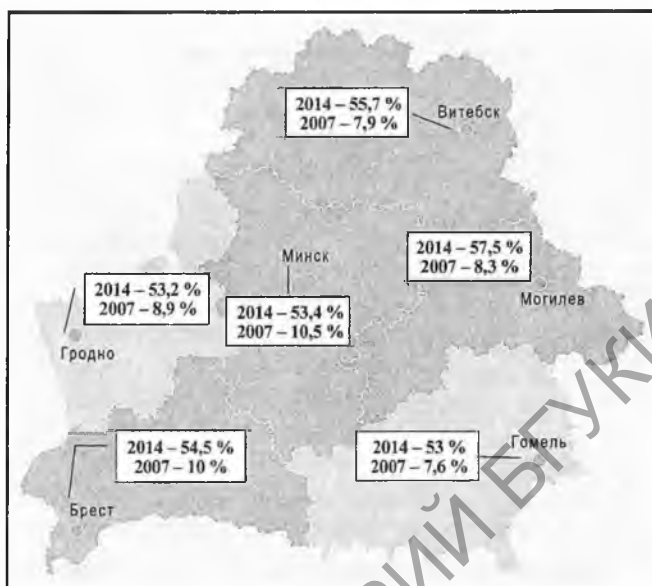


Рис. 4. Показатель доступа к сети Интернет по Республике Беларусь

Возрос и удельный вес населения в возрасте старше 16 лет, пользующегося услугами Интернета (табл. 6), что в свою очередь позволяет более эффективно взаимодействовать с органами государственной власти, осуществлять интерактивное управление. Такой характер процесса информационного взаимодействия обусловил технологический уровень организации управления [148].

Таблица 6

Использование услуг Интернет по областям Республики Беларусь (старше 16 лет)

Область исследований	2007	2008	2009	2010	2011	2012	
Всего по Республике Беларусь	всего по типам местности	16,2	19,7	23	27,4	31,8	39,6
	городская местность	21,3	25,5	27,9	32,9	37,9	45,6
	сельская местность	4,5	6,6	8,8	11,8	14,6	22,7

Область исследований		2007	2008	2009	2010	2011	2012
Брестская область	всего по типам местности	12,7	16,5	18,7	21	25,5	33,1
Витебская область	всего по типам местности	14,1	15	18,1	22,9	26,6	36,6
Гомельская область	всего по типам местности	10,5	15,2	17,5	20,2	25,9	34,5
Гродненская область	всего по типам местности	11,8	14	18,4	23,3	28,5	35,2
г. Минск	всего по типам местности	33,5	42,3	45,5	47	51,2	59,3
Минская область	всего по типам местности	11,9	15,6	19,1	25,2	29,3	35,6
Могилевская область	всего по типам местности	11,6	13,1	12,1	22,3	27,5	34,5

Национальный статистический комитет Республики Беларусь проводит ежегодные исследования сайтов государственных органов власти. В процессе проведенных исследований, отмечается, что сайты многих государственных ведомств предоставляют гражданам информацию о своей деятельности и открыты для общения. На электронных ресурсах расположена вся необходимая информация о руководителях и сотрудниках, а также их контактные данные, графики и часы приема.

Еще одним способом взаимодействия государственных служащих с гражданами, возможностью получить обратную связь являются тематические форумы. Одной из важнейших позиций, характеризующих интерактивность сайтов, является возможность отправить электронные формы вместо бумажных документов.

Для повышения эффективности работы с обращениями физических и юридических лиц, искоренения фактов бюрократизма и волокиты, а также незамедлительного решения проблемных ситуаций, возникающих у граждан Республики Беларусь, в 2015 г. было организовано еженедельное проведение всеми ветвями власти прямых телефонных линий.

Внедрение такой оперативной формы работы с населением позволило существенно снизить количество обращений граждан,

а главное – разрешать вопросы населения незамедлительно, без каких бы то ни было бумаг и долгосрочных рассмотрений. Прямой диалог с представителями власти и взаимодействие руководителей разного уровня показали эффективность такой формы работы для населения.

Прямые телефонные линии остаются одной из самых популярных форм обращения граждан к властям. В последние годы население Республики Беларусь активно использует сотовую связь и так стремительно развивающиеся функциональные возможности сотовых телефонов. Наибольшую популярность среди населения набирают смартфоны, которые совмещают функции телефона и персонального карманного компьютера. Важно отметить, что в Беларуси проникновение мобильной связи находится на уровне самых развитых стран мира. Так, на 100 жителей приходится более 117 абонентов мобильной связи (рис. 5) [147, с. 3]. В наиболее богатых странах на 100 жителей приходится в среднем 128 человек, заключивших контракты с операторами мобильной связи, в развивающихся странах этот показатель составляет 89 человек, в среднем по миру – 96.

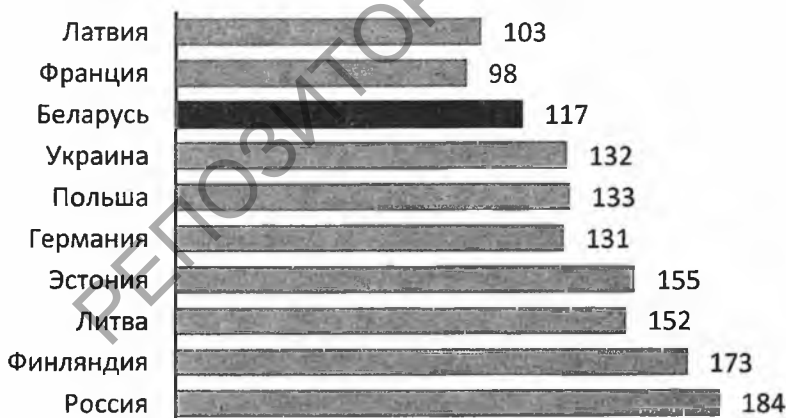


Рис. 5. Количество абонентов сотовой связи на 100 человек

Мобильная связь – одна из наиболее востребованных и доступных форм коммуникаций. Более 90 % населения пользуются услугами сотовой связи (рис. 6) [148, с. 94].



Рис. 6. Доступ населения к ИКТ

Популярность мобильной связи опережает пользователей персональными компьютерами и пользователей сети Интернет. Да это и понятно. Удобство использования мобильного телефона, который совмещает функции персонального компьютера с возможностью выхода в Интернет, подкупает пользователей любого уровня социального и профессионального статуса своей функциональностью и возможностью быстро разрешить любые коммуникативные и информационные запросы.

Речь идет о специализированных решениях, разработанных конкретно для данной категории пользователей. Зачастую это вполне массово-ориентированные сервисы, которые могут оказать значительную помощь в реабилитации лиц с ограничениями по здоровью. В связи с этим необходимы отечественные разработки специализированного программного обеспечения для мобильных устройств, призванного решать узкоспециальные потребности пользователей с ограниченными возможностями не только в комплексной системе бытовой автоматизации, но и образовательных задач, участия наравне с другими в политической, экономической, социальной, культурной, гражданской и других областях жизни белорусского общества. Разработка и внедрение таких технологий доступности, в том числе и мобильной связи, имели бы отклик во взаимодействии с органами власти.

Таковы состояние и общие тенденции информатизации и качества использования ИКТ в деятельности органов государственной

власти, из которых можно сделать вывод, что определенные социокультурные сдвиги в части повышения уровня открытости и доступности их деятельности имеются.

Необходимо отметить прагматический аспект использования ИКТ при взаимодействии государственной службы с гражданами. С одной стороны, ИКТ способны максимально дистанцировать субъектов межличной коммуникации в ситуации «лицом к лицу». Это означает, что чиновник в своей практической деятельности будет вынужден принимать решения в соответствии с алгоритмом, заданным ему техникой. Такая практика будет отличаться мобильностью, прозрачностью в принятии решений, отсутствием условий в плане коррупционной составляющей и неформальной сделки участников контакта.

Сегодня внедрение ИКТ в процессе взаимодействия граждан с государственными структурами позволяет осмыслить проблему формирования наиболее оптимальных форм участия отдельного гражданина в процессе принятия решений, чтобы люди могли не только оценить результаты каких-то властных действий, но и активно включиться в общественное взаимодействие по поводу их выработки и контроля.

В рамках Национальной программы разработаны две подпрограммы ЭП и автоматизированная информационная система научно-методического обеспечения развития информатизации, а также осуществлено создание и развитие автоматизированной информационной системы местных Советов депутатов. Система введена в постоянную эксплуатацию в 2014 г. и предназначена для комплексного информационно-аналитического обеспечения деятельности местных Советов депутатов всех уровней и организаций районного уровня министерств архитектуры и строительства, жилищно-коммунального хозяйства, сельского хозяйства и продовольствия, юстиции на основе интегрированной базы данных.

Пять заданий реализовано по подпрограмме «Электронное здравоохранение», четыре – по подпрограмме «Электронная таможня», которые, в свою очередь, также направлены на расширение возможностей ЭП.

Первым и главным компонентом проекта «Модернизация системы здравоохранения Республики Беларусь» является «Создание электрон-

ного здравоохранения и системы поддержки клинических решений», общая стоимость которого составляет 65 млн долл. США [148, с. 15].

В ходе выполнения подпрограммы «Электронная таможня» создана национальная автоматизированная система таможенного декларирования, которая предназначена для информационной поддержки и автоматизации таможенных операций, совершаемых должностными лицами таможенных органов и заинтересованными лицами (декларантами), с использованием письменных и электронных документов, а также обеспечение информационного взаимодействия таможенных органов с заинтересованными лицами и таможенными службами иных государств [148, с. 14].

В Республике Беларусь в сфере труда занятости, социальной защиты и государственного социального страхования в последние годы сделан значительный прорыв и в части расширения сети электронных коммуникаций с гражданами и субъектами хозяйствования на основе внедрения и публикации в Интернете отраслевых порталных решений.

Разработан и внедрен информационный портал государственной службы занятости (доступен по адресу gsz.gov.by с 1 кв. 2015 г.), который стал назревшей необходимостью для развития и интеграции Общереспубликанского банка вакансий и информационно-вычислительной системы государственной службы занятости, функционирующих до этого автономно. Данный интернет-ресурс позволяет нанимателям в режиме реального времени предоставлять сведения о вакансиях в органы государственной службы занятости при использовании электронной цифровой подписи Фонда социальной защиты населения, самостоятельно вести подбор соискателей путем подписки на рассылку анкет-резюме. Соискатели рабочих мест могут осуществлять электронную подписку и получать информацию о наличии на портале подходящей вакансии по электронной почте, размещать анкеты-резюме, предварительно заполнять формы документов, необходимых для регистрации в органах государственной службы занятости в качестве безработного и др.

Публикация данного информационного ресурса в Интернете была осуществлена в январе 2017 г. Он предоставил жителям республики не только возможность использования мощной информационно-поисковой системы для определения собственных прав, государственных гарантий исходя из социального статуса, положения,

жизненной ситуации, получения информации о ближайшем органе социальной защиты, который может оказать помощь и разрешить сложившуюся проблемную ситуацию, но и получение доступа к личному делу, содержащему сведения об индивидуальных правах, размерах выплат, установленных льготах и др. Сервисы данного портала предоставят также возможность записи на прием в нужный орган социальной защиты, получения консультации посредством отправки текстового сообщения на инфолинию Минтруда и соцзащиты, организации единой точки подачи электронного обращения в любой орган государственного управления, входящий в систему Минтруда и соцзащиты, выполнить предварительный расчет размера пенсии, а также иные информационные и электронные услуги и сервисы [148, с. 80].

Однако специалисты считают, что если политика информатизации будет сконцентрирована лишь на технико-технологических аспектах, это может привести к формированию ведомственного подхода к созданию и развитию информационных систем. В результате этого могут возникать трудности межведомственного телекоммуникационного обмена информацией, дублирование работ и их удорожание. Политика информатизации не должна быть отделена от политики, проводимой в области средств массовой информации, связи и телекоммуникаций. Реальный переход к открытому информационному обществу требует связи политики информатизации с государственной информационной политикой, включающей в себя научно-технические, социально-экономические, геополитические, внешнеэкономические и культурные аспекты развития страны.

Таким образом, разработка и использование высоких технологий – это уже реальная практика как в производственно-экономической сфере, так и в области государственного управления, и, безусловно, в сфере потребления, быта граждан Республики Беларусь. Происходящие сегодня процессы глобальной информатизации общества в Республике Беларусь коренным образом трансформируют процесс инкультурации, изменяют привычный уклад жизни и профессиональную деятельность многих людей. Компьютеризация и информатизация общества происходят параллельно с утверждением новых стилей труда, новых ценностей, информационного разнообразия, и эти изменения не сводятся только лишь к технической сфере, они носят глобальный характер, проникая во все области жизнедеятельности людей.

Резкий скачок в науке и инновационных технологиях за последние 10–12 лет обострил вопросы в подготовке высококлассных специалистов в области информационных технологий, нанотехнологий, генной инженерии, а, следовательно, предопределил новые условия для «встраивания» личности в общество и культуру, повысил значимость информации и знаний в образовательной, культурной, социальной и профессиональной деятельности. В целом информационная политика Республики Беларусь направлена на обеспечение прав потребителей, личности как суверенного гражданина в получении и распространении информации. Обеспечение этого суверенитета невозможно без политико-экономической составляющей, без инструментов, обеспечивающих коммуникацию на информационном рынке. В то же время медиaprостранство сегодня развивается в центре общественной жизни, оказывает влияние на экономику и политику, становится важным инструментом в процессах инкультурации и социализации; воздействуя на групповое и индивидуальное сознание, оно выступает как фактор, трансформирующий индивидуальную и групповую картины мира, в том числе и систему социальных представлений личности о самой медиасреде, медиаобразовании, медиакультуре.

2.2. Информационно-образовательное пространство Республики Беларусь – приоритеты развития

В условиях мировой интеграции и стремительного развития глобального пространства формируется универсальная коммуникативная среда, которая неизбежно стирает границы между континентами, государствами, народами. В этих условиях информатизация системы образования является одним из главных условий ее реформирования и модернизации. Основная задача образования при этом связана с развитием адаптационных качеств личности в условиях глобализации общественной жизни, многообразия информационных потоков, интеграции науки и культуры. Главные цели системы образования на современном этапе отражены в общегосударственной политике Республики Беларусь в области дистанционного обучения (Модельный закон о дистанционном обучении в государствах – участниках СНГ [149]) и Концепции информатизации системы образования Республики Беларусь на период до 2020 года [150].

Это обусловлено тем, что именно в сфере образования подготавливаются и воспитываются люди, формирующие новую информационную среду общества, которым предстоит самим жить и работать в этой среде. В Республике Беларусь, как и во многих других странах мирового сообщества, все большее внимание уделяется проблеме информатизации образования, которая рассматривается как одна из наиболее важных стратегических проблем развития информационного общества [151].

Реализация мероприятий по информатизации в образовании, определены Государственными программами развития цифровой экономики и информационного общества на 2016–2020 годы (утверждена постановлением Совета Министров Республики Беларусь от 23 марта 2016 № 235) [152] и Государственной программой «Образование и молодежная политика» на 2016–2020 годы (утверждена постановлением Совета Министров Республики Беларусь от 28 марта 2016 № 250). Определяющим при этом должно быть внедрение принципов и технологий, обеспечивающих комплексное решение управленческих задач и совершенствование образовательной деятельности на основе широкомасштабного использования электронных коммуникаций для информационного взаимодействия всех участников образовательного процесса.

Общую ситуацию в системе образования Республики Беларусь, которая отражает ориентацию образовательного процесса на широкое использование ИКТ, можно выразить следующими цифрами: «около 80 % учреждений общего среднего образования имеют программное обеспечение для поддержки преподавания учебных предметов с использованием компьютерных технологий. Примерно 65 % учреждений обеспечены программными средствами для автоматизации управленческой деятельности, 50 % – для поддержки социально-психологических служб, 40 % – для автоматизации деятельности библиотек. Доступ к сети Интернет имеет примерно 95 % учреждений общего среднего образования, в том числе в 80 % учреждений доступ обеспечен по широкополосному каналу. Все учреждения высшего и среднего специального образования подключены к сети Интернет и в той или иной мере пользуются такими услугами, как электронная почта, веб-услуги и др.» [153–155, с. 6].

Для обеспечения электронного документооборота в аппарате Министерства образования Республики Беларусь внедрены система элек-

тронной почты государственных органов Mail.gov и система автоматизации делопроизводства и электронного документооборота «Дело».

Важную роль в формировании единого информационно-образовательного пространства играет евразийское сотрудничество, в котором ведущие учреждения образования Республики Беларусь играют свою роль: «участие в совместных программах и проектах, взаимодействие с международными организациями и фондами, расширение академической мобильности студентов и сотрудников, развитие экспорта образовательных услуг и научно-технической продукции» [155].

Евразийская ассоциация педагогических университетов – первая межгосударственная общественная организация, которая создана в поддержку ЕврАзЭС с целью интеграции в области образования и науки. Инициаторами создания ассоциации выступили ректор КазНПУ им. Абая С. Ж. Пралиев и ректор МГПУ А. Л. Семенов. Первый учредительный съезд Евразийской ассоциации педагогических университетов прошел в г. Алма-Ата на базе Казахского национального педагогического университета им. Абая 22–23 мая в 2015 г. Сегодня в состав ассоциации входят 48 педагогических вузов стран – участниц ЕврАзЭС [156].

Сегодня Евразийская ассоциация университетов – авторитетная и влиятельная международная организация, инициатор углубления сотрудничества стран СНГ. Опыт университетов – членов Ассоциации в области учебно-методической и научно-исследовательской деятельности, разработки совместных программ, базирующихся на информационно-образовательных технологиях и открытых информационных ресурсах, имеет огромное значение, поскольку направлен на совершенствование не только университетского образования, но и системы образования Республики Беларусь в целом [157].

Главным приоритетом деятельности Ассоциации является создание общего научно-образовательного пространства подготовки педагогов XXI в. «А для этого необходимо концептуальное осмысление такого пространства, гармонизация и утверждение на законодательном уровне единой отраслевой рамки квалификаций, согласованной с европейской рамкой; содействие общему согласованному пониманию требований к профессиональной деятельности современного педагога посредством профессиональных стандартов; разработка новых образовательных стандартов для всех ступеней и уровней

педагогического образования, согласованных с профессиональным стандартом педагога и др.» [156, 157].

Создание общего образовательного пространства подготовки педагогов XXI в. предполагает объединение усилий педагогических университетов Евроазиатского региона по развитию научного потенциала обучающейся молодежи, обеспечению преемственности и эффективности подготовки научных работников высшей квалификации как неперемennого условия устойчивого развития высшей педагогической школы.

Современный образовательный процесс в Республике Беларусь строится на основе принципов государственной политики и призван обеспечить наиболее полное развитие способностей, интеллектуального и творческого потенциала личности, возможность ее свободного и конструктивного участия в развитии общества в целях удовлетворения потребностей государства в специалистах высокой квалификации. Подготовка таких специалистов может быть достигнута в рамках межвузовской кооперации, обеспечивающей создание многоаспектного взаимодействия в системе подготовки конкурентоспособных кадров по перспективным направлениям междисциплинарных направлений. Междисциплинарность (трансдисциплинарность) необходима при реализации крупных научно-технологических проектов национальных и межгосударственных масштабов, способных привлекать и координировать действия специалистов разных направлений.

Евразийское образовательное пространство отличается противоречивыми поликультурными особенностями, глобализацией, объединением систем разных типов и уровней, но имеет свои философские, социальные, исторические, геополитические и культурные векторы развития. Глобализация для евразийского пространства создает противоречия и вызовы в сложившемся мироустройстве. С одной стороны, ей присуща локализация (сохранение самодостаточности, появление локальных социокультурных групп, символы социальной идентичности, сохранение национального языка), а с другой – глокализация (процесс социокультурного развития, где сосуществуют разнонаправленные тенденции, развивается идея децентрализованного мира, преобладают модели, опирающиеся на сетевые формы организации и межкультурную коммуникацию). Это пространство объединяет сферы сотрудничества и соперничества, идеи, ценности и проекты будущего. В рамках Евразийской площад-

ки реализуются совместные исследовательские и социальные проекты, организуются форумы, круглые столы, конференции и т. д.

Так, например, на базе НАН Беларуси успешно организован Евразийский форум молодых ученых, в рамках которого в 2015 г. была проведена XII Международная научная конференция молодых ученых «Молодежь в науке». На форуме были показаны достижения в разных областях – от охраны окружающей среды до медицины. Фокус мероприятия был сконцентрирован на научных прорывах, экономических и социальных процессах, которые протекают на фоне интеграционных процессов на евразийском пространстве. В форуме приняли участие более 100 человек из 12 стран [158].

В конце 2015 г. в Риме состоялась Европейская встреча Глобального исследовательского совета (*Global Research, GRC*), на которой присутствовали представители 40 крупнейших европейских организаций из 27 стран, осуществляющих поддержку научных исследований. Это обсуждение стало первой попыткой найти потенциальные точки взаимодействия в области фундаментальных исследований между Европой и Евразией, что привело к договоренности о подготовке и организации совместных конкурсов научных проектов на постсоветском пространстве [159].

Вопросы межвузовского сотрудничества обсуждали 28 января 2016 г. в Минске в штаб-квартире СНГ. В работе форума принимали участие ректоры ведущих управленческих вузов стран СНГ, известные ученые и деятели науки. На форме обсуждалась важность интеграции в управленческом образовании, которая обеспечит качественную подготовку специалистов в сфере государственного управления в условиях современных тенденций и вызовов времени. Межвузовское сотрудничество на таком высоком уровне позволит, используя зарубежный опыт, дать новые импульсы развитию национальных управленческих школ, а также сделать шаг вперед по вопросам образовательных процессов в странах СНГ [160].

Сегодня можно говорить о евразийском информационно-образовательном пространстве как о перспективном направлении, для которого характерен поиск оптимального соотношения и баланса между сложившимися традициями в образовании для каждой страны и спецификой интеграционных процессов, в рамках которых создается многофункциональная научно-образовательная инфраструктура, обеспечивающая решение трансдисциплинарных проблем.

Трансдисциплинарная форма производства знаний состоит из трансдисциплинарной матрицы и трансдисциплинарного сообщества. Научные и общественные механизмы развития и воспроизводства трансдисциплинарного познания поддерживаются не только «наукой учебника», «журнальной» или «популярной» наукой, но и при содействии материальной и финансовой помощи государства, частного капитала или межвузовской кооперации [161].

Трансдисциплинарность воспринимается как способ синтеза ресурсов дисциплинарной и внедисциплинарной сфер, итогом которого оказывается познавательная модель, не сводимая ни к одной из составляющих ее частей. Результаты ее теоретической экспликации раскрываются в трех взаимосвязанных перспективах: переоценке представлений о гносеологической ценности знания, новых представлениях о субъекте познания и предпосылках формирования теорий [162, с. 488].

Технологии продолжают развиваться. На современном этапе они помогают решать не только образовательные, но и кадровые, научные задачи, активизировать интегрированную среду Евразийского пространства по созданию сетевого университета. Консорциум Европейского сетевого университета предполагается сформировать из числа ведущих учреждений высшего образования, ведущих научных центров стран-участниц на принципах равноправного партнерства и открытости, а технологии как инструменты интеграции усилят образовательное взаимодействие между вузами-партнерами, обогатят педагогический опыт и расширят географию коммуникаций.

Актуальной задачей для эффективного сотрудничества, обеспечения оптимального использования потенциальных дополнительных возможностей является создание межвузовской кооперации, исключая формализм и бюрократические проявления. Многоаспектность Евразийского информационно-образовательного пространства в условиях межвузовской кооперации подразумевает:

- усиление информационной интеграции на основе непрерывного внедрения и совершенствования информационных технологий;
- создание инновационных моделей в сфере науки и образования с учетом культурно-исторического наследия;
- использование индивидуализации образовательных траекторий обучающихся, дуальных образовательных программ, предполагающих параллельную подготовку по различным специальностям на

одном и том же образовательном уровне с использованием модульных технологий;

- координацию образовательной, научной и инновационной деятельности применения ступенчато-последовательной исследовательской составляющей (с нарастающей сложностью тематики и видов работ) с целью комплексного развития системы компетенций кадров;
- реализацию многоуровневых программ подготовки научных кадров (как правило, междисциплинарных), позволяющих решать задачи развития целевой подготовки высококвалифицированных кадров по перспективным направлениям науки;
- увеличение академической мобильности, организацию стажировок профессорско-преподавательского состава и научных работников разных стран с целью обмена опытом и проведения совместных исследований по актуальным вопросам;
- усиление интеграции в мировую систему образования с целью повышения рейтинга вузов Евразийского пространства [163, с. 168].

В настоящее время созданы условия для широкомасштабного внедрения инновационных моделей информационно-коммуникационного обеспечения системы образования, основанных на «облачных» и грид-технологиях [164, 165]. Построена высокоскоростная коммуникационная научно-образовательная среда, основу которой составляет Единая научно-информационная компьютерная сеть Республики Беларусь [166]. Базовыми элементами здесь являются сети Министерства образования Республики Беларусь *UNIBEL*, Национальной академии наук Беларуси *BASNET* и Белорусского государственного университета *BSUNET* [167, с. 17; 168].

В мировой практике дистанционного образования применяются следующие информационные технологии: кейс-технологии, ТВ-технологии, сетевые, мобильные и облачные технологии, *uber*-технологии, технологии дополненной реальности, перевернутого класса, модульного обучения [168, 169].

Кейс-технологии – технология активного проблемно-ситуационного анализа, основанная на обучении путем решения конкретных задач-ситуаций (решения кейса). При кейс-технологиях в учебном процессе используются специально подготовленные учебно-методические и практические пособия в бумажном и электронном варианте, дополняемые в случае необходимости аудио- и видеоматериалом. Данные материалы комплектуются в специализированный набор

(кейс) и пересылаются обучаемым для самостоятельного изучения с последующими периодическими консультациями у преподавателей (тьюторов) в учебных центрах, отделениях, представительствах, образовательных учреждениях.

Технологические особенности кейс-метода:

- специфическая разновидность исследовательской аналитической технологии, т. е. включает в себя операции исследовательского процесса, аналитические процедуры;
- технология коллективного обучения, важнейшими составляющими которой являются работы в группе и подгруппах, взаимный обмен информацией;
- интеграция технологий развивающего обучения, включая процедуры индивидуального, группового и коллективного развития, формирования многообразных личностных качеств обучаемых;
- разновидность проектной технологии;
- концентрация значительного достижения технологий «создание успеха» [170, с. 72].

Кейс-технологии можно классифицировать как:

- практические – детально и подробно отражают практическую ситуацию;
- образовательные – разбор типовых ситуаций, которые наиболее часто встречаются в практической деятельности; формирует подход посредством применения аналогии к определенному фрагменту практической деятельности, позволяет видеть в ситуации типичное и предопределяет выход из ситуации;
- исследовательские – модель для получения нового знания о ситуации и поведения в ней (метод моделирования).

Данная кейс-технология позволяет выработать у обучающихся ряд качеств, которые необходимы современному человеку для социализации и эффективного функционирования в обществе.

ТВ-технологии базируются на использовании телевизионных лекций и консультаций преподавателей (тьюторов) по месту жительства обучающихся или с использованием телефона и сети Интернет.

Сетевые технологии основаны на использовании сети Интернет для обеспечения обучающихся учебно-методическим материалом и интерактивного взаимодействия с преподавателем. При этом учебно-методический материал и практические задания для самостоятельной работы предоставляются на *Web*-страницах интернет-сервера в виде

гипертекста. Также сетевые технологии позволяют осуществлять интерактивное взаимодействие при выполнении проектных заданий (презентаций, текстовых файлов, коллективное создание таблиц, схем, диаграмм) и иные виды совместных образовательных действий.

Мобильные технологии – технологии, в которых используют мобильные и портативные *IT*-устройства: карманные компьютеры (*Personal Digital Assistants, PDA*), мобильные телефоны, ноутбуки и планшетные ПК – в преподавании и обучении. Рост популярности мобильных технологий объясняется следующими факторами: легкость и удобство использования, обновление и рост числа мобильных приложений, расширение функциональных возможностей и уменьшение стоимости устройств, возможность определения месторасположения абонента.

Мобильные технологии – технология для подключения к сети Интернет практически из любого места как интеграционная форма с традиционными системами управления обучением и виртуальной обучающей средой. Использование мобильных технологий в интерактивной работе учреждений образования или дома открывает доступ по ресурсному обеспечению: текстовые и аудиоматериалы, участие в онлайн-опросах, текстовых чатах, ведение и просматривание конспектов, предоставление полной свободы в процессе обучения через онлайн-приложения. Мобильные технологии являются механизмом инкультурации. В мобильном устройстве заложена способность быстрой ориентации в пространстве (Интернет, приборы-навигаторы и др.), способы переключения с труда на досуг, «включения» в онлайн-беседу и т. д. Данный способ инкультурации ориентирован на личность-пользователя через сообщества и социальные сети, «фрагментальную коммуникацию» путем получения прямого контакта с абонентом через *click-to-call* (получение заявок на обратный звонок) или точечный таргетинг (определение местоположения пользователя в пределах района или даже улицы), а также приобретение опыта индивидуального и социального восприятия времени и пространства. Несмотря на активность использования мобильных технологий, по результатам исследования компании *Facebook* около 90 % населения мира живет без регулярного доступа к мобильному интернету.

Современное информационное общество стремительно становится мобильным. Доступ к информации и сервисам должен обеспечиваться постоянно, независимо от времени и места нахождения

пользователей. Для осуществления такой мобильности появились новые классы компьютерных устройств (смартфонов, планшетов), а также новые технологии работы с информационными ресурсами и сервисами («облачные» технологии) [167, с. 18].

На ближайшее время для системы образования актуальным становится лозунг: «Современный учащийся – мобильный учащийся!» Такой учащийся должен иметь постоянный доступ к образовательным ресурсам и сервисам: в учебном заведении, дома, в дороге. Это касается и других участников образовательного процесса: родителей, преподавателей, руководителей системы образования разных уровней. Мобильный учащийся является основой для создания новой парадигмы обучения – мобильной школы. Мобильность каждого участника образовательного процесса будет лежать в основе мобильного образования в новом информационном обществе [166].

Существенные изменения при организации мобильного обучения должны коснуться прежде всего образовательных стандартов, учебных программ и планов, учебников и учебных пособий в традиционном и электронном виде, образовательных ресурсов, методического обеспечения, а уже следом за этим – технических средств. Последние являются инструментом обеспечения мобильного доступа к образовательным ресурсам и сервисам, которым отдается приоритет при создании и дальнейшем развитии системы мобильного обучения [167, с. 18].

Мобильное обучение становится частью новой картины образования, созданной благодаря технологиям, поддерживающим гибкое, доступное, индивидуальное обучение. Как отмечается в целях Программы ЮНЕСКО «Образование для всех», мобильные технологии могут помочь в предоставлении качественного образования для развития детей, молодежи и взрослых во всем мире.

В то же время активное использование мобильных технологий может поставить под угрозу человеческие взаимоотношения и привести к возрастанию уровня стресса или ощущению перегрузки. Повсеместное использование мобильных устройств может пагубно отразиться на частной жизни и чувстве личной безопасности.

Облачные технологии – технологии, предполагающие удаленную обработку и хранение данных, в которой вычислительные ресурсы и мощности предоставляются пользователю как интернет-сервис. «Облачная» технология предполагает повсеместный и удобный сетевой доступ к конфигурируемым вычислительным и информа-

ционными ресурсам (сетям передачи данных, серверам, базам данных, приложениям, сервисам), которые могут быть предоставлены и освобождены по требованию пользователя с минимальными эксплуатационными издержками. Облачные технологии – технологии, основанные «на централизованном хранении и обработке информации в центре обработки данных», на гибких механизмах управления ресурсами и выделения их удаленным пользователям.

Облачные технологии позволяют вынести в образовательное «облако» не только информационные и вычислительные ресурсы, программные приложения, но и сетевую инфраструктуру учреждений образования.

Применение облачных технологий в системе образования позволяет обеспечить мобильность и актуальность образовательных ресурсов. Основными преимуществами «облачных» технологий являются эффективное использование технических средств и информационных ресурсов, масштабируемость решений, снижение затрат на разработку и эксплуатацию информационных систем, возможность обеспечить высокий уровень их защищенности [171, с. 21].

Миграция к «облачным» технологиям меняет приоритеты в самих процессах информатизации. Компьютерные устройства становятся вторичными. Любое из них должно обеспечивать доступ к электронным образовательным ресурсам и услугам независимо от типа, марки и производителя, местонахождения. Первичными становятся образовательные ресурсы и услуги, на разработку которых должны быть направлены основные усилия, что позволит создать удобную среду для доступа к ресурсам с разнообразных, в том числе мобильных устройств (компьютер в учебном кабинете, домашний компьютер, личный планшет или смартфон).

Вместе с тем есть и недостатки в применении «облачных» технологий в образовательной среде – безопасность хранения данных (неподконтрольные данные организации, месторасположение которых может быть неизвестно, представляется как риск), нежелательная реклама и привязка к поставщику.

Uber-технологии – как одно из направлений мобильных технологий.

Одной из новых тенденций в мире является технология убер (*uber*), основанная на принципах дистанционного обучения с использованием облачных и мобильных технологий.

Понятия *uber* (убер), «уберизация» происходят от названия американской международной компании из Сан-Франциско (США) *Uber Technologies Inc*, которая создала ставшее в 2016 г. популярным более чем в 500 городах мира мобильное приложение, способное переадресовать запросы на поездки всем категориям водителей, которые могут оказать услугу такси [172].

В немецком языке *uber* означает «над» или «сверху», часто используется как приставка для обозначения повышенного уровня или превосходной степени. Немецкий мыслитель Ф. Ницше использовал слово *ubermensch* в значении «сверхчеловек» [173].

Название *Uber* и мобильное приложение появились благодаря концепции совместного потребления. Идея принадлежит лектору Оксфордского университета Р. Боцман, которая в 2010 г. предсказала популярность данного явления в ближайшем будущем.

Данная идея получила экономический резонанс, так как маркет-плейсы (сайты и мобильные приложения) просты в освоении и ориентированы на оперативный поиск покупателей услуг, в том числе и образовательных.

Uber-университеты как инновационная постмодель, в основе которой заложена интеграция информационных и педагогических технологий, позволяет экспортировать знания по всему миру. В *Uber*-университете нет руководства и штата преподавателей. Любой пользователь может быть как студентом, так и преподавателем в определенной области знаний. Связь между пользователями и преподавателем происходит эксклюзивным выбором через платформу – не только по уровню квалификации, но и по биологическим параметрам.

Данная концепция *Uber*-университета реализуется сегодня на государственном уровне во Франции. В ее основе заложена «чередующаяся» (альтернативная) форма образования, где наравне с традиционными формами учебных занятий используется дистанционная. Параллельно, получая образование, студент стажировается в организации или на предприятии, где реализует теоретические знания на практике. Происходит системное чередование теоретического обучения с практико-ориентированными занятиями. Таким образом, он апробирует свои знания, получая профессиональный и социальный опыт, возможность зарекомендовать себя для будущего работодателя. После обучения по договоренности сторон (университета и предприятия (организации)) выпускник может быть рекомендован для устройства на работу в организацию, где он стажировался. Для сов-

ременной Франции поиск работы и занятость молодежи остаются среди самых острых социальных проблем.

Также, главной стратегией развития *Uber*-университета является лидерство, которое основывается на:

1) профессионализации, использовании «чередующейся» (альтернативной) формы получения образования; академической свободе профессорско-преподавательского состава;

2) алгоритмизации и креативности процессов образования (поддержка учебных курсов проектами);

3) интернационализации и сингулярности (от лат. *singulus* – «одиночный, единичный», обозначает единичность, неповторимость чего-либо – существа, события, явления);

4) интерпретации инновационных сценариев будущего *Uber*-университета.

В свою очередь, сценарий *Uber*-университета предполагает:

- анализ, предложения и разработку перспективы *Uber*-университета;

- сценарий развития отношений с государственными и бизнес-предприятиями;

- достижение лидерства и преемственности университета в цифровом образовании;

- использование «открытой международной образовательной сети» (интернационализация образования, профессионализация как дополнительный метод образования, мобильность студентов, массовые открытые онлайн-курсы для крупных индустриальных групп);

- сотрудничество с местными органами власти (университет на службе местных органов власти, на уровне района и города), подготовка местных кадров (сетевое взаимодействие, адаптация интерактивных курсов для подготовки местных кадров в системе школа – колледж – вуз – предприятие);

- обеспечение целевой подготовки и адаптации учебных курсов по заказу предприятий района, города в рамках повышения квалификации и переподготовки;

- продвижение идеи «корпоративный университет» как автономный, образовательный субъект, осуществляющий деятельность на мировом рынке. Профессионализация образования или науки является приоритетом подготовки кадров *Uber*-университета. Цифровое образование как приоритетное, которое позволяет специалисту повысить квалификацию в сжатый срок и на рабочем месте;

- возможность экспортировать знания и опыт по всему миру, одновременно являясь и студентом, и преподавателем [174].

В отличие от европейских стран, данные *Uber*-технологии в Республике Беларусь используются пока только как сервис такси. С помощью приложения, скачанного на смартфон, клиент получает возможность не только заказать такси, но и отслеживать его приближение. Причем система отправит к нему тот автомобиль, который находится к нему ближе всего, в результате водители получают возможность значительно экономить топливо. Данная технология быстро распространилась по всему миру и стала достаточно востребованной, а концепция *uber* расширила границы и области ее использования, нашла применение в системе образования.

Технологии дополненной реальности (*augmented reality* – расширенная реальность) – технологии, позволяющие совместить в единую точку взаимопроникновение реального и виртуального пространства.

Сам термин «дополненная реальность» был предложен исследователем корпорации Boeing Т. Коделом в 1990 г. Американский исследователь Р. Азума в 1997 г. определил данную технологию как систему, которая совмещает виртуальное и реальное; взаимодействует в реальном времени; работает в трехмерном пространстве 3D.

В 1994 г. исследователи П. Милгром и Ф. Кисино определили данную технологию как пространство между реальностью и виртуальностью, т. е. дополненная реальность (ближе к реальности) и дополненная виртуальность (ближе к виртуальности). Дополненная реальность – технология добавления к воспринимаемым элементам реального мира мнимых объектов (обычно в качестве дополнительной информации). Иногда в качестве синонимов используют «расширенная», «улучшенная», «обогащенная», «увеличенная» реальность для обозначения определенных форм и аспектов практического применения дополненной реальности [175].

В рамках образования данная технология предназначена для введения визуальных дополнений в реальные объекты «настоящего» пространства, что позволяет расширить способы визуализации процесса обучения, проявлять исследовательские и творческие подходы в процессе обучения.

Так, например, при направлении смартфона или планшета на страницы учебника оживают анимированные исторические персона-

жи, появляются трехмерные модели геометрических фигур, демонстрируются физические и химические процессы и т. д.

В данной технологии используется принцип распознавания QR-кодов. Как правило, используемые приложения, например, такие как *Aurasma*, позволяют распознать объекты, выбрать персонажи из библиотеки приложения, перенести их в виртуальный мир, настроить процесс демонстрации ауры, соответствующей данному объекту (ограничения до 20 Мбайт) и делиться аурами через социальные сети, *sms* или электронную почту.

Преимуществами технологии дополненной реальности являются: эмоциональное воздействие на обучаемого, визуализация процесса обучения, лучшее восприятие и запоминание учебного материала, интерактивное взаимодействие, высокая мотивация вовлечения в образовательный процесс.

Технологии перевернутого класса – один из компонентов современной технологии смешанного обучения (*Blended Learning*), используемый для организации самостоятельной учебной деятельности обучающихся по освоению программного или дополнительного учебного материала. Для данной технологии характерно чередование компонентов очного и дистанционного (электронного) обучения [176].

Технологии перевернутого класса предоставляют возможности объединить педагогические и информационные ресурсы и чередовать формы обучения: традиционные занятия (лекции, практические занятия и т. д.) и электронное обучение – обучение в дистанционном режиме вне учреждения образования, где осуществляются электронные формы учебных занятий и контроль знаний – тесты на понимание и закрепление пройденной темы.

Технологии модульного обучения – технологии, основанные на структурированных, законченных, самостоятельных комплексах (информационных блоках, модулей), каждый из которых имеет свою завершенность по наполнению и содержанию. Образовательный материал в модульном обучении рассматривается как структура, состоящая из обособленных элементов, объединенных одной темой (лекции, практические занятия, форумы, задания, тесты и т. д.). Важным в технологиях мобильного обучения является то, что части модуля должны быть достаточно независимы друг от друга и позволять быстро изменять или дополнять учебный материал каждого раздела учебной программы по необходимости.

Технологии модульного обучения в дистанционной среде предполагают жесткое структурирование учебной информации, содержание обучения и организацию работы обучающихся с полными, логически завершенными учебными блоками. В модуле четко определены цели, задачи и уровни изучения темы. Запрограммированность обучения позволяет не только последовательно изучить и усвоить материал, осуществить контроль знаний, но и при необходимости пройти повторно образовательный модуль при отрицательных результатах.

Таким образом, с учетом интенсивного развития ИКТ, мирового опыта и современных тенденций в области образования, а также инновационных практико-ориентированных требований к образовательному процессу систематически изучаются, анализируются, рассматриваются и внедряются новые современные ИТ в информационно-образовательную среду.

Роль дистанционных технологий из года в год возрастает. По прогнозам аналитиков, к 2025 г. рынок дистанционного обучения во всем мире удвоится и будет составлять 215 млрд долл. США (рис. 7) [177].

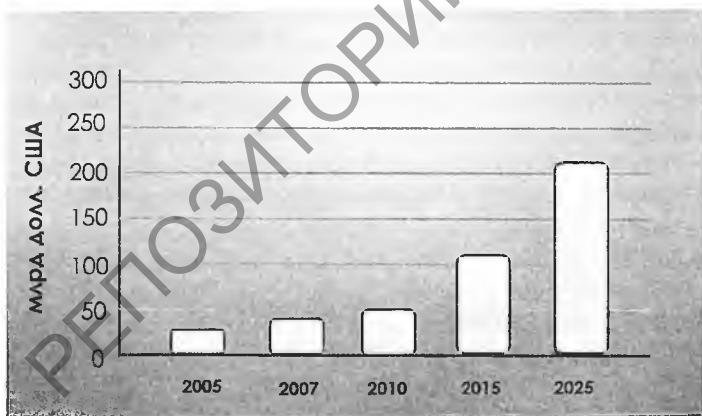


Рис. 7. Динамика роста рынка дистанционного образования в мире, в млрд долл. США

В настоящее время созданы условия для широкомасштабного внедрения инновационных моделей информационно-коммуникационного обеспечения системы образования, основанных на «облачных» и мобильных технологиях. Обновляются информационно-

методические подходы, в том числе за счет ресурсов для более эффективного использования потенциала мобильного обучения.

На современном этапе можно выделить факторы развития информационного общества, существенно влияющие на методологию и технологии информатизации системы образования:

- высокая степень обеспеченности населения личными персональными компьютерами;
- тенденция к замене стационарных личных компьютеров мобильными устройствами на различных платформах (ноутбуками, планшетами, букридерами и смартфонами);
- доступность широкополосного Интернета по месту учебы, работы и из дома, в том числе с помощью мобильных устройств [167, с. 17].

В системе образования Республики Беларусь динамично развиваются цифровые технологии обучения, предлагая формы непрерывного, индивидуально-ориентированного, гибкого и динамичного процесса. Цифровые технологии не статичны, их оборудование и функции постоянно совершенствуются, заставляя личность обновлять свои знания и практиковать навыки. Использование в процессе обучения таких медиасредств, как компьютер, ноутбук, планшет, смартфон, электронные книги и т. д., трансформирует формы и методики обучения, цели и задачи, организацию и пути их решения.

Среди современных технологий и методов обучения в условиях медиапространства выделяют *e-learning* – дистанционную форму, к неформальным методам относят *social networks* – социальные сети, *e-coaching* – коучинг онлайн, корпоративные блоги, *wikis* – онлайн-библиотеки.

Развитие технологий *WAP* или *GPRS* привело к обучению посредством мобильных телефонов, коммутаторов, устройств *i-Pad*, карманных компьютеров и т. д. – *mobile learning*.

При внедрении новых форм и методов обучения в информационно-образовательную среду основное внимание в системе образования уделяется практической направленности. Информационно-образовательная среда и технологии обучения на основе программно-технических средств объединяют междисциплинарный характер содержания обучения в единое тематическое русло, используют инновационные методы обучения на основе профессиональных потребностей и интересов.

Беспроводные инфраструктуры научно-образовательных сетей – одно из перспективных направлений, которое обеспечит макси-

мальное привлечение в образовательный процесс личных мобильных устройств, которые сегодня имеются у большинства студентов и преподавателей. Время экстенсивной информатизации системы образования, в основе которой лежало увеличение числа персональных компьютеров и компьютерных классов, осталось в прошлом. Приобретение новых компьютеров должно лишь поддержать существующий парк вычислительной техники в актуальном состоянии. Комфортные условия доступа в сети для гостей учебного заведения – белорусских и зарубежных учащихся, преподавателей и ученых, посещающих учебное заведение, приехавших на включенное обучение, стажировку или на временную работу; наличие широкополосного беспроводного доступа приведут к широкомасштабному внедрению новых образовательных технологий, основанных на использовании мультимедиа и интерактивных средств взаимодействия участников образовательного процесса [167, с. 19–20].

Цифровые технологии не бывают статичными, их оборудование и функции непрестанно совершенствуются. Эксперты обращают внимание на возможность использования сети для создания познавательных ресурсов, которые будут стимулировать социальное и экономическое развитие; для достижения этой цели подойдут доступные приложения, которые поднимают качество образования, расширяют научные познания, обеспечивают социальное единство и культурное разнообразие.

Сегодня уже очевидно, что без использования информационно-коммуникативных технологий в системе образования невозможно создание высокого технологического потенциала государства. Экспертные оценки свидетельствуют, что процесс развития и внедрения ИКТ в практико-ориентированное обучение должен быть научно управляемым прогнозируемым процессом с опорой на конкретно-эффективные методы и стратегии использования ИТ для приобретения обучающимися как традиционных, так и специальных навыков, необходимых в XXI в.

На современном этапе можно выделить факторы развития информационного общества, существенно влияющие на методологию и технологии информатизации системы образования:

- высокая степень обеспеченности населения личными персональными компьютерами;
- тенденция к замене стационарных личных компьютеров мобильными устройствами на различных платформах (ноутбуками, планшетами, букридерами и смартфонами);

- доступность широкополосного Интернета по месту учебы, работы и из дома, в том числе с помощью мобильных устройств.

В результате формируются вторичные факторы, оказывающие непосредственное воздействие на процессы внутриуниверситетской информатизации:

- наличие у обучаемых и педагогов прочно сформировавшихся навыков использования компьютеров, ИКТ в повседневной жизни, общий рост уровня компьютерной грамотности;

- высокая степень обеспеченности обучаемых и преподавателей личными, в том числе мобильными компьютерными устройствами;

- формирование (особенно в молодежной среде) внутренней потребности непрерывно использовать современные средства коммуникации и Интернет;

- быстрый рост доли электронных образовательных ресурсов, используемых студентами в общем объеме учебных материалов;

- широкое распространение и востребованность цифровых медиатехнологий (*IP*-телефония, скайп, интерактивное телевидение и т. п.);

- нарастание угроз безопасности образовательных сетей, в том числе вследствие подключения личных мобильных устройств к этим сетям [167, с.17–18].

Таким образом, развитие информационно-образовательного пространства Республики Беларусь необходимо рассматривать в рамках изменения общего мирового образовательного пространства, с учетом изменения роли образования в культурном, геополитическом и социально-экономическом развитии современного мира, возросших требований к уровню образованности и профессиональной компетентности руководящих кадров, в частности молодых руководящих кадров, необходимости преобразования и внедрения технологий. На современном этапе развития белорусского общества реализуются цели и задачи по созданию информационно-образовательной среды, которая должна представлять собой совокупность аппаратных, программных и телекоммуникационных средств, а также информационных и образовательных технологий, обеспечивающих возможность доступа к информационно-образовательным ресурсам и организующих деятельность всех участников образовательного процесса по накоплению, систематизации и обмену информацией.

2.3. Интегрированные коммуникации пространства медиа

Как правило интегрированные коммуникации связывают с маркетингом, хотя само понятие шире и включает в себя не только передачу информации о товаре (услуге, идее, персоне, географическом месте и т. д.), но и стратегии (политики), способы, технологии, методы, модели, бизнес-процессы, в конечном итоге даже форму восприятия и передачи информации (рис. 8).



Рис. 8. Интегрированные коммуникации

XX век – время больших перемен и технологического прогресса. Коммуникация в обществе выходит на новый уровень. Когда-то существовала только одна основная модель коммуникации, созданная Аристотелем в далеком IV в. до н. э. Структура модели выглядела так: «оратор – речь – аудитория». Если интерпретировать на современный лад: «коммуникатор – сообщение – коммуникант» [178].

В данной модели коммуникация состояла из трех элементов: оратора, предмета, о котором идет речь, и адресанта, того человека, которому направлена эта речь. Конечная цель этой коммуникации – добиться того, чтобы человек услышал сообщение, сказанное оратором.

Главный залог успеха – отличное владение ораторским искусством. Данная модель часто использовалась в политике и в политической пропаганде вплоть до XX в. Результаты исследований в области теорий массовой коммуникации, а также процессы передачи, управления, объединения (интегрирования), информатизации коммуникации были обоснованы в предложенных моделях коммуникации XX в.

С появлением телевидения, радио, кино – СМК – модель Аристотеля претерпела существенные изменения. Одним из первых, кто занялся вопросом исследования современной коммуникации, был американский политолог Г. Лассуэлл. Он в 1948 г. в своей статье *The structure and function of communication in society* представил совершенно новую модель коммуникации – линейную, состоящую из «5W» (пяти элементов массовой коммуникации).

1. Линейная (классическая) модель Г. Лассуэлла (рис. 9) включает в себя пять основных элементов коммуникативного процесса: коммуникатор (тот, кто передает сообщение); сообщение (что передается); канал, через который передается сообщение; адресат (тот, кому передается сообщение) и результат или эффект коммуникации.



Рис. 9. Линейная классическая модель коммуникаций

Важнейшим вкладом Г. Лассуэлла был анализ таких трех универсальных социальных функций массовой коммуникации, как:

1) обозрение окружающего мира: «медиа расширяют горизонты познания индивида» – информационная функция;

2) корреляция с социальной структурой и «ответственностью» общества, воздействие на него и его познание через обратную связь – корреляционная функция, проявляющаяся также в объяснении и интерпретации информационных сообщений, в обеспечении поддержки существующим властям и господствующим нормам;

3) «трансмиссия» культурного наследия – познавательно-культурологическая функция, функция преемственности культуры. Значение этих функций массовой коммуникации в обществе Г. Лассуэлл описал в 1948 г. [179, с. 80].

Однако данную модель критиковали не только за «линейность» и направленность в одну сторону, но и за отсутствие в ней такого важного элемента, как цель. Тем не менее модель стала хрестоматийной, поскольку стала теоретически и практически востребованной для описания процессов различных видов массовых коммуникаций, в том числе – пропагандистских, рекламных, маркетинговых, политического пиара, пиар-кампаний, рассчитанных на массовую аудиторию. Она весьма широко использовалась в практике СМК, СМИ и в социологии массовой коммуникации [180].

2. Шумовая модель коммуникации К. Шеннона – У. Уивера дополнила линейную модель существенным элементом – помехами (шумами), затрудняющими коммуникацию.

Эта модель сыграла значительную роль в развитии многих наук, связанных с обменом информацией.

Схему (модель) коммуникации, понимаемой как речевое событие, предложил российско-американский лингвист Р. Якобсон, предвосхитив ею модель Шеннона, однако в отличие от последнего, ключевую роль в коммуникации отвел не информации, а языку: от адресанта к адресату направляется сообщение, созданное и интерпретируемое с помощью кода, общего для всех участников коммуникации. Кодом является язык, рассматриваемый как система, приводящая в соответствие чувственно данному предмету, знаку некоторое подразумеваемое значение. Каждый человек – член различных коммуникационных сообществ, а значит и носитель различных кодов. Коммуникация как передача сообщений всегда происходит в контексте других сообщений (принадлежащем к тому же акту коммуникации или связывающих вспоминаемое прошлое с предполагаемым будущим, задавая тем самым основополагающий вопрос об отношении данного сообщения к универсуму дискурса), влияющем

на кодирование и интерпретацию сообщений участниками коммуникации [181, с. 181–183].

Модель включала пять элементов: источник информации, передатчик, канал передачи, приемник и конечную цель, расположенные в линейной последовательности (линейная модель). В дальнейшем модель пересматривалась с тем, чтобы удовлетворить потребности других областей исследования, связанных с другими видами коммуникации. Пересмотренная модель стала включать шесть компонентов: источник, кодирующее устройство, сообщение, канал, декодирующее устройство и приемник (рис. 10). Эти термины с переменным успехом применялись и метафорически в других коммуникативных системах.



Рис. 10. Шумовая модель коммуникации

3. Факторная (психологическая) модель коммуникации немецкого ученого Г. Малецке является одним из многочисленных вариантов развития модели коммуникации К. Шеннона – У. Уивера и включает в себя помимо базовых элементов еще ряд факторов, составляющих контекст процесса коммуникации и активно влияющих на его субъекты.

В отличие от Г. Лассуэла он рассматривает не пять, а четыре основных компонента массовой коммуникации: 1) высказывающийся; 2) высказываемое; 3) средство распространения; 4) воспри-

нимающий (рис. 11). Данные четыре компонента сопровождаются вопросами: «кто говорит?»; «что?»; «при помощи какого средства?»; «кому?».



Рис. 11. Факторная (психологическая модель) Г. Малецке

Г. Малецке уверен, что именно эти четыре фактора образуют «поле коммуникативных зависимостей», или «коммуникативное поле». Поэтому важно анализировать каждый из четырех факторов отдельно, а потом их рассматривать с точки зрения превалирования в рамках «поля отношений». Кроме этого Г. Малецке вводит понятия «имидж коммуникатора» и «имидж получателя».

Несмотря на то, что Г. Малецке отвергает лассуэлловский «эф-фekt» как самостоятельный фактор, он признает его колоссальное практическое значение и считает, что воздействие (складывание эффекта) происходит у того, кто воспринимает сообщение. Потому проблема *воздействия* с точки зрения психологии является частью фактора «воспринимающий» [182].

4. Циркулярная (замкнутая) модель коммуникации была выдвинута американским ученым, знаменитым теоретиком в области массовых коммуникаций и медиакультуры У. Л. Шраммом. В 1954 г. было предложено рассматривать отправителя и получателя информации как равноправных партнеров. Поэтому данную модель еще называют сбалансированной (рис. 12).



Рис. 12. Циркулярная (замкнутая) модель коммуникации

Главной чертой модели У. Шрамма является то, что в отличие от линейной модели (Г. Лассуэла), шумовой модели (К. Шэннона и У. Увера), факторной (психологической) модели Г. Малецке, У. Шрамм показывает обратное движение коммуникации по параллельным каналам.

В массовой коммуникации *первым компонентом* является импульс или идея, возникающие в уме коммуникатора. *Вторым компонентом* – кодирование идеи (импульса), т. е. преобразование его в сообщение. *Третий компонент* – расшифровка, или интерпретация сообщения. *Четвертый* – доставка сообщения получателю.

Вместе с тем У. Шрамм считает, что сообщение может идти как прямым путем (без посредников), так и косвенным – через другие каналы (общественные организации, государственные и частные компании, СМИ и т. д.), ученый их называет «пабликс» (*publincs*).

5. Социально-психологическая модель коммуникации. Американский социальный психолог, преподаватель Т. М. Ньюкомбо в начале 50-х гг. XX в. предложил *нелинейную* социально-психологическую модель, основанную на предположении, что коммуникация может поддерживаться одинаковыми «симметричными» ориентациями по отношению друг к другу и объектам окружающего

мира. Он описал динамику изменений, к которым будет стремиться коммуникация.

Коммуникация, считал Т. Ньюкомбо, возникает как ответная реакция на «нарушение симметрии», в условиях неопределенности и неустойчивости происходит усиление коммуникационной деятельности, которая проявляется через поиск, передачу, обмен информацией. Свою модель Т. Ньюкомбо выразил через форму равнобедренного треугольника (рис. 13).

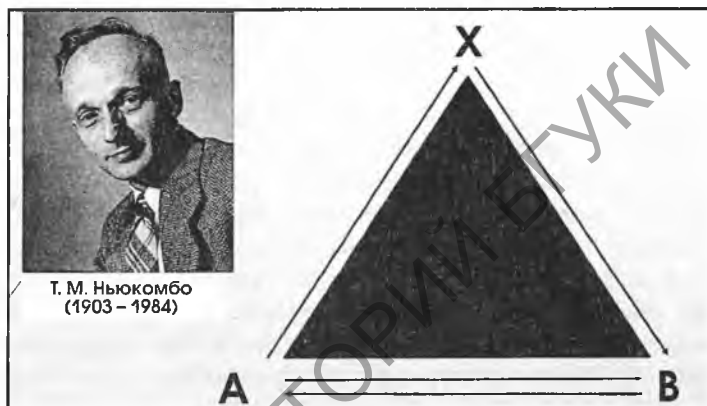


Рис. 13. Социально-психологическая модель

В данной социально-психологической модели возникают четыре вида ориентации:

- A – по отношению к B ;
- B – по отношению к A ;
- A – к X ;
- B – к X .

В этой связке коммуникация представляет собой процесс, где поддерживается ориентированная структура и обеспечивается стремление к восстановлению симметрии за счет исправлений и регулирования возникающих разногласий в информации.

Несколько позже Т. Ньюкомбо разъяснил условия, при которых данная модель будет запускать коммуникационный процесс:

- между A и B должно существовать сильное «взаимное притяжение»;

- объект X должен быть важен хотя бы для одного из индивидов;
- объект X должен быть приемлем для обоих индивидов.

Если выполняются эти условия, модель Т. Ньюкомбо может быть использована как наглядная иллюстрация во взаимоотношениях между политическими единомышленниками, демонстрировать восприятие друг друга и настраивание баланса сотрудничества.

6. Двухступенчатая (многоступенчатая) модель коммуникации впервые была обоснована в 1940 г. во время проведения избирательной кампании в штате Огайо (США), а более подробно разработана при изучении механизмов формирования общественного мнения в г. Декатуре (штат Иллинойс) в 1955 г. [179, с. 124]. Авторы данной модели – американские социологи П. Ф. Лазарсфельд и Р. К. Мертон. П. Лазарсфельд заложил основы «социологической» концепции электорального поведения, при котором акт голосования определяется принадлежностью избирателя к большим социальным группам. П. Лазарсфельд и Р. Мертон разработали модель двухуровневой коммуникации, согласно которой в любом обществе существуют восприимчивые к воздействию политической пропаганды «лидеры общественного мнения» (*opinion leaders*), распространяющие политическую информацию по каналам межличностного общения (рис. 14). Именно лидеры мнений становятся связующим звеном между различными медиа и общественностью.



Рис. 14. Двухступенчатая (многоступенчатая) модель коммуникации

В двухсторонней (многоступенчатой) модели информация подбирается таким образом, чтобы она была для аудитории простой, понятной и «ожидаемой», включаемой в систему коммуникаций. Важно учитывать гомогенность (однородность) аудитории во взаимодействии с коммуникацией. Люди воспринимаются массой, безликой толпой, не учитывается их социальное положение, образование, гендерность и т. д. А толпа (масса) не соизмеряется с социальными группами и человеческими общностями, она становится управляемой и послушной. Концепция модели П. Лазарсфельда получила значительное распространение и применяется вплоть до настоящего времени.

Двухсторонняя (многоступенчатая) модель более сложная, так как имеет две ступени, или волны воздействия. Главное – найти лидеров, авторитетных членов группы и воздействовать сначала на них, а они в свою очередь донесут настроение и информацию до нужной аудитории.

Кроме перечисленных были распространены объемные модели коммуникации:

- **мозаичная модель** Л. Бейкера, представленная в виде маленьких кубиков, где каждая грань отдельного кубика является одновременно источником, получателем и каналом коммуникации. Все кубики в системе коммуникаций соединены гранями;

- **спиральная модель** Ф. Дениса, где цикл коммуникации не прерывается и не заканчивается, а переходит на уровень вперед по спирали (рис. 15).



Рис. 15. Виды объемной модели

Спиральная модель коммуникации была использована немецкой исследовательницей Э. Нозль-Нойман (рис. 16). Во время Второй мировой войны она являлась активисткой национал-социалистического профсоюза студенток (ANST), входившего в Национал-социалистический Немецкий студенческий союз (NSDStB). Во время посещения бункера Гитлера «Орлиное гнездо» лично познакомилась с фюрером. В 1947 г. вместе с первым мужем Э. П. Нойманом она основала Алленсбахский институт по изучению общественного мнения. В последующие годы ей удалось добиться существенного развития методов репрезентативных массовых опросов.



Рис. 16. Модель коммуникации «Спираль молчания»

В 1964 г. при поддержке Г. Коля была приглашена в качестве профессора в университет Майнца, где она организовала институт публицистики, которым руководила до ухода на пенсию в 1983 г. Являлась президентом ряда немецких научных объединений в сфере изучения общественного мнения и массовых коммуникаций.

В науке известна ее теория «спираль молчания», согласно которой люди, видя, что доминирующие общественные установки, распространяемые СМИ или их ближайшим социальным окружением,

противоречат их собственной позиции, «замолкают», стараются избегать высказывать свою точку зрения, боясь оказаться в меньшинстве. И чем сильнее им кажется распространенной господствующая точка зрения, тем сильнее они «замолкают». Страх блокирует инициативу. Именно страх служит началом спирали, которая потом «раскручивается». СМК играют значительную роль в определении того, какое мнение является доминирующим.

Преодоление «спирали молчания» возможно за счет нейтрализации в коммуникативном поле идей, порождающих социальные страхи, или «вброса» в него более сильных политических идей. Теория Э. Ноэлль-Нойман получила широкую популярность, однако подвергалась критике вследствие недостаточности доказательной эмпирической базы, а также потому, что воспринималась не как научная, а как политическая теория, призванная мобилизовать находившихся в меньшинстве избирателей христианских демократов ФРГ в условиях нахождения у власти социал-демократов и доминировании в западногерманских СМИ того времени левоцентристской идеологии [183].

К объемным также относятся *диффузные модели* коммуникации Э. Роджерса и Ф. Басса. Данные модели происходят от понятия «диффузия инноваций», где инновация Э. Роджерсом понималась как *«идея, практическая деятельность или объект, который воспринимается как нечто новое отдельным лицом или другой единицей внедрения»* [184].

Диффузия инноваций – это теория, которая стремится объяснить, как, почему и с какой скоростью новые идеи и технологии распространяются через разные культуры. Данная теория была популяризована американским социологом Э. Роджерсом в 1962 г. благодаря выпущенной им книге «Диффузия инноваций». Э. Роджерс определяет «диффузию» как процесс, посредством которого инновация (например, новые идеи, процессы или товары) в течение некоторого времени передаются через определенные каналы среди членов социальных систем. Нет смысла объяснять смысл инноваций всей аудитории. Важно убедить критические 5 % респондентов, а дальше она распространится по всем социальным уровням. Теория Э. Роджерсона предполагает градировку принятия инноваций членами общества в следующем соотношении (рис. 17):

1) новаторы (2,5 % всех потенциальных потребителей) раньше остальных стремятся опробовать новый продукт, обладают достаточными финансовыми ресурсами, чтобы компенсировать риск неудачи, способны понимать и применять сложные технические знания; считается, что они отличаются склонностью к риску;



Рис. 17. Диффузная модель коммуникации

2) ранние последователи (около 13,5 %) формируют основной костяк «лидеров мнений» в большинстве социальных систем. К ним чаще всего обращаются потенциальные реципиенты за советом и консультацией. Как правило, ранние реципиенты служат ролевой моделью для остальных членов социальной системы – потенциальных реципиентов;

3) раннее большинство (34 %) – представители этой категории реципиентов могут несколько колебаться до момента восприятия инновации. Их период восприятия инновации относительно длиннее, чем у реципиентов первой и второй категорий. Они охотно следуют за другими в процессе восприятия инноваций, однако редко возглавляют это движение;

4) позднее большинство (34 %) – это скептики, они воспринимают инновацию после «среднестатистического» члена социальной системы. Восприятие ими инновации может объясняться экономической необходимостью или их реакцией на увеличивающееся социальное давление;

5) опоздавшие (16 %) – представители традиционной, консервативной ориентации. Они последние, кто воспринимают инновацию, и могут отказаться от восприятия [185].

Диффузная (математическая) модель коммуникации Ф. Басса, специалиста по маркетинговым исследованиям, выстроена на основе теории Э. Роджерсона, но она описывает стратегию продаж (рис. 18).

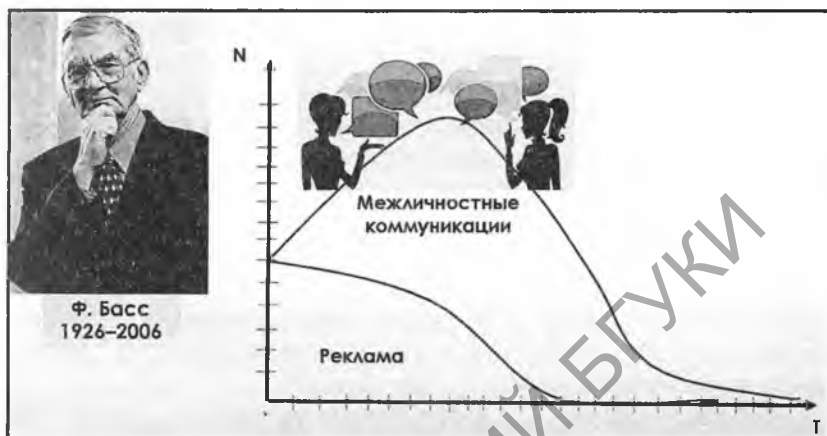


Рис. 18. Диффузная модель коммуникации Ф. Басса

Основной смысл модели состоит в том, что рост количества потребителей зависит от эффективности рекламы и межличностных коммуникаций. Реклама только знакомит потребителей с новым продуктом и запускает его жизненный цикл – раскручивает информацию. Со временем потребителей, которые попробовали новый продукт, становится все больше, и здесь главную функцию распространения играют уже личные коммуникации и мнения по поводу данного продукта, передаваемые по разным каналам коммуникации. Вклад Ф. Басса состоит в том, что на основе передовых методов и статистических исследований результаты были адаптированы к экономическим и социальным условиям, которые в конечном счете изменили способы маркетинга. Данные методы и сегодня применяют в бизнесе и изучают в университетах.

Таким образом, обзор основных моделей коммуникации, разработанных исследователями XX в., позволяет рассмотреть их с точки зрения социальной системы, которая сопряжена с системами экономики, культуры, политики, информации и пространства медиа. Моделирование социальных систем предполагает определенное абстра-

гирование, идеализацию и их применение в комплексе с другими общенаучными и специальными методами. Моделирование коммуникационных систем также подчинено определению или улучшению характеристик интересующего исследователя объекта.

В моделях, раскрывающих действие или взаимодействие, коммуникации рассматриваются либо как действие (односторонний процесс передачи сигналов без осуществления обратной связи), либо как взаимодействие (двусторонний процесс обмена информацией), либо как интерактивный коммуникативный процесс, в котором коммуниканты поочередно и непрерывно выступают в роли источника и получателя информации [179, с. 117].

Таким образом, интегрированные коммуникации можно различать по масштабности коммуникации:

- **межличностная** – личностно-ориентированный вид одновременного взаимодействия с целью обмена информацией между двумя и более индивидами;
- **межгрупповая** – взаимодействие различных социальных групп, независимо от их индивидуальных предпочтений;
- **публичная** – общение со значительным числом слушателей (с целевой аудиторией);
- **массовая** – передача специально подготовленных сообщений с помощью различных технических средств на численно большие аудитории;
- **глобальная** – система взаимодействия между множеством участников всемирной сети Интернет, представителями разных народов и стран;
- **интегрированная** – система синхронизированных, многоканальных связей, воздействующая с помощью различных видов коммуникаций на личность или целевую аудиторию.

Для пространства медиа интегрированные коммуникации необходимо рассматривать как прикладные средства передачи, «донесения» информации, а также необходимые инструменты, используемые во многих профессиональных видах деятельности, основанных на коммуникациях, среди которых можно выделить:

1) связи с общественностью как процесс стратегической коммуникации, который выстраивает взаимовыгодные отношения между организацией и ее аудиториями; координируют усилия по созданию благоприятных, гармоничных отношений через реализацию про-

грамм и видов деятельности, связанных напрямую с публикациями в прессе, «паблисити», медиарелейшнз, специальных информационных мероприятий для представителей прессы и общественности.

Одной из областей применения и исследования медиапространства и коммуникационных технологий являются связи с общественностью (*PR*) как особый способ сознательной организации коммуникативного пространства современного общества. Целями *PR* являются достижение взаимопонимания и установление доверительных, плодотворных отношений между организацией и целевой аудиторией путем двухсторонней коммуникации. Личность как представитель целевой аудитории может проецироваться в *PR* как «*метрика*» (исследования, статистические данные), «*пользователь*» (Интернет, ИКТ), «*потребитель*» (товарно-денежные отношения), «*потенциальный клиент*» (маркетинг, реклама). Благодаря **связям**, под которыми подразумеваются коммуникационные механизмы, осуществляющие взаимодействие между индивидами и группами индивидов, для *PR* имеют определяющее значение: технологии (информирования, дезинформирования), методы (рассказ, разъяснение и т. д.), модели (манипулятивная, информационная, двухсторонняя асимметричная, двухсторонняя симметричная), способы (фильтрации, фрейминг, создание событий и псевдособытий (фактоиды) и т. д.).

Импульс к развитию сферы связей с общественностью в Беларуси датируется началом 90-х гг. XX в., когда страна начала переход к рыночной экономике, появились такие направления, как маркетинг, реклама, менеджмент. В 1991 г. начала формироваться Белорусская ассоциация по связям с общественностью, а в 1993 г. были основаны первые белорусские *PR*-агентства – *IPR* и «Агентство Деловых Связей», а также Национальный пресс-центр. В 1993 г. был основан Национальный пресс-центр Республики Беларусь – некоммерческая организация, созданная Администрацией Президента Республики Беларусь для оперативного распространения информационных материалов о деятельности Президента, Национального собрания, Совета Министров, Администрации Президента, других государственных органов.

В середине 90-х гг. XX в. появились положения «О пресс-службе Президента Беларуси», «Об управлении информации Национального собрания РБ», «О Национальном пресс-центре Республики Беларусь», положения о пресс-службах органов государственного управления. По мнению экспертов, большая часть министерств и ведомств

сейчас имеют пресс-службы. В ряде частных компаний также есть пресс-службы либо отдельный человек, который отвечает за коммуникацию. При этом нередко его должность не называется «пресс-секретарь» или представитель пресс-службы, он может быть представителем отдела маркетинга в компании, но по сути, его роль – это роль представителя пресс-службы. Он отвечает на вопросы журналистов, работает с новостями компании. Среди министерств и ведомств в качестве передовых выделены пресс-службы силовых структур: МЧС, МВД, ГАИ, КГБ, Министерства юстиции, Верховного Суда.

Экспертами также отмечена работа пресс-служб министерств здравоохранения, образования, информации, энергетики, экономики. Пресс-службы функционируют и в исполкомах, «Белтелекоме», телевизионных каналах, крупных банках (Беларусбанк, Белинвестбанк, Приорбанк, БелВЭБ), «Газмпром промгазе» и других организациях. У мобильных операторов нет отдельной пресс-службы, но есть выделенный специалист, который работает с прессой.

В 2013 г. благодаря усилиям Института журналистики БГУ и агентства *IPR* профессия *PR*-специалиста была внесена в единый квалификационный справочник. Теперь 1 ноября белорусские специалисты в этой области отмечают свой профессиональный праздник. С 1996 г. в Белорусском государственном университете появилась возможность получать специальность в области связей с общественностью. 26 апреля 1999 г. была создана кафедра «Технологий коммуникации» Института журналистики БГУ, на которой осуществляется подготовка специалистов в области коммуникаций по специальности «Информация и коммуникация», код направления 1-23 01 07-01. Несмотря на то, что еще в 1996 г. в Белорусском государственном университете появились две кафедры, ведущие подготовку *PR*-специалистов, в дипломах выпускников значились разные записи, но «специалист по связям с общественностью» не было. Профессия «менеджер по связям с общественностью» была введена в Республике Беларусь только в середине 2000-х гг.

Специалист по связям с общественностью, согласно документу, должен реализовывать коммуникационную политику организации по связям с общественностью и средствами массовой информации, проводить аудит коммуникационной деятельности организации и разработку научно обоснованных рекомендаций по оптимизации коммуникации, осуществлять постоянное взаимодействие и поддер-

живать контакты с представителями СМИ, вести деловую переписку и следить за распространением информационных материалов. Для выполнения своих обязанностей специалист должен знать законодательство, международные и отечественные кодексы профессиональных и этических принципов в области связей с общественностью, принципы и специфику работы с масс-медиа, методику ведения мониторинга СМИ, теоретические и практические основы брендинга, копирайтинга, публичных выступлений [186].

По данным Института общественных связей Республики Беларусь, сегодня *PR* по-прежнему востребован в сфере *IT*, в банках, в медиа-бизнесах. Все больше интерес к *PR*-консалтингу – в основном на уровне внешних консультантов и комплексного аутсорсинга – проявляют страховые компании, инвестиционные, лизинговые, юридические. Все больше в их числе государственных компаний или компаний с долей государственной собственности [187].

Сейчас в Беларуси свыше десятка компаний, основной сферой деятельности которых являются *PR*-услуги. Также целый ряд рекламных, брендинговых и маркетинговых компаний оказывают *PR*-услуги в дополнение к основной деятельности. Географически белорусский *PR* сконцентрировался в Минске, в регионах *PR*-услуги оказывают в основном рекламные или маркетинговые компании.

Начало формированию профессионального сообщества было положено в 1991 г. (создание Белорусской ассоциации по связям с общественностью). В июле 2015 г. создана Ассоциация компаний коммуникационных консультантов (АККК), первыми членами (и учредителями) которой стали четыре белорусские компании – коммуникационные агентства *ARS Communications*, *EZERIN.COM*, *PRCI*, *Storytellers*, *Grand Business Solutions*.

Еще одним видом формирования профессионального сообщества являются клубные формы. Так, агентство *IPR* выступает организатором *PR*-клуба, на регулярной основе объединяющего специалистов в сфере *PR*, бизнесменов и всех интересующихся темой общественных связей. Организатором Международного открытого студенческого форума «*PR*-цветок» и форума «Неделя белорусского *PR*» выступает кафедра «Технологий коммуникации» Института журналистики БГУ.

Международный практический форум по маркетингу и связям с общественностью «*PR*-Пятница» был проведен компанией *Grand*

Business Solutions в 2014 и 2015 гг. Цель конференции – изучение и обсуждение реальных и успешных примеров построения и эффективной реализации программ по связям с общественностью из опыта работы ведущих компаний мира [188].

В Институте журналистики БГУ с 2007 г. организуют учебные занятия в Академии коммуникации. «Академия коммуникации» – проект кафедры технологий коммуникации Института журналистики БГУ, выпускающей по специальности «информация и коммуникация». Цель проекта – передать профессиональные знания и навыки слушателям, которые вне зависимости от рода деятельности интересуются сферой коммуникаций [189]. Завершается образовательный сезон участием слушателей «Академии» в Международном открытом студенческом коммуникационном форуме «PR-цветка», организованном Институтом журналистики БГУ;

2) реклама, маркетинг, брендинг. Реклама – (от лат. *reclamare* – «утверждать, выкрикивать, протестовать») – информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке [190].

Реклама является особым видом работы в сфере коммуникаций. Она существует столько же, сколько развивается население Земли. Испокон веков рекламой называли все, что было связано с рассказами в общественной среде о той или иной продукции. Распространение сведений являлось неотъемлемой частью рекламной деятельности. Время шло, реклама развивалась. Понятие и виды рекламы претерпевали изменения. Впоследствии стало наблюдаться развитие отдельных, самостоятельных коммуникационных направлений – видов реклам в маркетинге. Речь идет о прямом маркетинге, связях с общественностью, продвижении товаров и услуг, рекламе в местах продаж, спонсорстве, выставочной деятельности и других ее видах. Реклама имеет множество задач. Направления, каналы, варианты создания, виды и средства рекламы, при помощи которых она распространяется, очень различны [191].

Сегодня наиболее активное развитие интегрированных коммуникаций происходит в интернет-среде, где рекламная деятельность использует разнообразные формы и методы коммуникаций.

Рынок рекламы в Республике Беларусь показывает, что по результатам 2016 г. наибольший рост показали такие сегменты, как мобильная реклама и *online*-видеореклама. Они же продолжают задавать тон и в последующие годы (рис. 19).

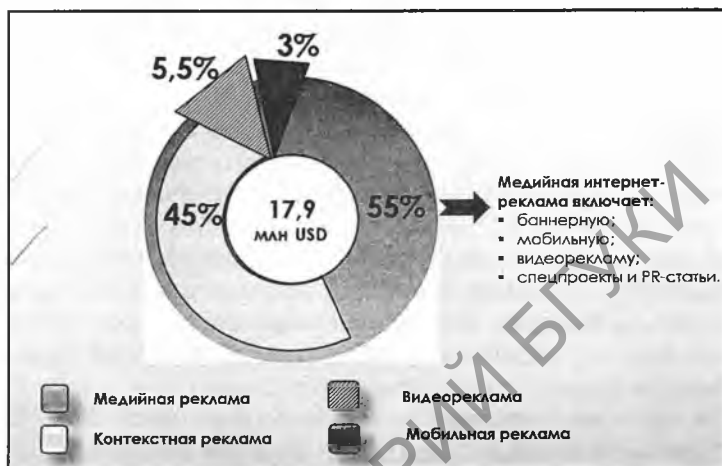


Рис. 19. Структура инвестиций в интернет-рекламу Республики Беларусь, 2016 г.

По данным *Enders Analysis* и *Yahoo Technology* к 2020 г. европейский рынок медийной рекламы на 56 % будет состоять именно из «нативного» вида рекламы [192].

Нативная реклама – это так называемая «естественная реклама», она органично выглядит на сайте, не бросается в глаза, поэтому не вызывает отторжения у пользователей, и при этом релевантна смысловому содержанию страницы.

Самыми крупными категориями в Интернете по медийным бюджетам по итогам 2016 г. в Беларуси являются рекламодатели категории FMCG, «Финансовые услуги», «Авто» и «Телеком», а именно: сотовые операторы МТС и *velcom*, МТБанк, *Heineken*, *Renault* и др. [193]. В последние годы стали проходить разнообразные мероприятия, на которых представлены последние тенденции в рекламной индустрии Беларуси.

Маркетинг и брендинг тесно связаны с такими понятиями, как репутация, идеология, имидж, идентичность, общественная диплома-

тия, место происхождения. Они имеют несколько отличных атрибутов: пространство, региональную идентичность, местную кухню, одежду и т. д. Все эти элементы, понятия, атрибуты делают процесс маркетинга и брендинга достаточно сложным и длительным.

Маркетинг основывается на комплексе взаимосвязанных действий, куда входят и коммуникации. Целью маркетинга является увеличение или поддержание спроса на товар или услугу за счет передачи информации целевой аудитории.

Бренд как определенный вид товара или услуги отдельно взятого производителя также основывается на связи с потребителем с целью обмена идеями и содержащейся в бренде информацией посредством символов.

Многие бренды формируются не одно десятилетие. Белорусские товары закрепили свои позиции за рубежом в плане узнаваемости национальных брендов. Большой популярностью в мире пользуются белорусский лен, одежда, обувь, галантерея, косметика и парфюмерия, часы, ювелирные украшения и др.

Например, по статистике поисковой системы *Yandex.ru* за 2013 г. слово «белорусское» искали 5 952 415 раз, преимущественно в России и странах СНГ. Из товарных групп самыми популярными стали сочетания «белорусская мебель» (198 976 раз) и «белорусский трикотаж» (173 223 раза). Это говорит о том, что стихийно созданный бренд «белорусское» существует. Он требует своей доработки, шлифовки и продвижения. Здесь важна роль отраслевых или региональных объединений, ассоциаций, которые должны взять на себя роль выбора позиционирования и продвижения своих отраслей и кластеров [194].

С 2016 г. в рамках фестиваля *LAMA (Local Advertising & Marketing Awards)* впервые были проведены «Дни маркетинга, рекламы и брендинга».

Фестиваль *LAMA* – первый фестиваль рекламы в Беларуси, который призван стать своеобразным чемпионатом страны в сфере коммуникаций на национальном уровне. Слоган фестиваля – «Покажи Себя!». Фестиваль объединяет творческие команды, работающие в рекламной сфере Беларуси, чтобы померяться силами и проявить свою творческую состоятельность.

В октябре 2016 г. состоялась конференция «День Бренда 2016» в г. Минске (Дворец спорта). Это профессиональная бизнес-конференция по брендингу, на которой лучшие специалисты представи-

ни креативную и брендинговую индустрию Беларуси. Весь контент конференции – исключительно прикладной. Слушатели обменивались знаниями по применению инструментов, реализованных на белорусском брендинговом рынке.

Кроме этого, большой интерес вызывает ежегодный международный проект специализированной выставки рекламы, полиграфии и дизайна «Мятный лев». Проект является той творческой интерактивной площадкой, где профессионалы в области рекламы, дизайна и полиграфии демонстрируют современные технологии и новейшие материалы, лучшие образцы продукции и инструменты в разных тематических секторах рекламного рынка. Проект объединил на одной площадке рекламные, брендинговые и медийные агентства, дизайн-студии, полиграфические предприятия и рекламодателей. В рамках деловой программы проекта участникам демонстрируются как последние достижения, так и новейшие тенденции развития рекламы, а также нововведения на рекламном рынке;

3) *СМИ** – система органов публичной передачи информации с помощью технических средств, а также средства повседневной практики сбора, обработки и распространения сообщений массовым аудиториям.

В Беларуси сегодня действуют и развиваются печатные и электронные СМИ разных форм собственности и различной тематики. Также в медийном пространстве страны широко представлены иностранные СМИ.

По состоянию на 3 января 2017 г. в Беларуси издавались 729 газет и 829 журналов. Более двух третей из них являются частными.

Печатные СМИ в Беларуси издаются преимущественно на белорусском и русском языках, хотя есть издания на английском, польском, украинском и немецком. Наиболее влиятельными в стране являются газеты «СБ. Беларусь сегодня» и «Рэспубліка». Также в Беларуси популярны местные выпуски крупных российских газет «Комсомольская правда» и «Аргументы и факты». Всего же в Беларуси распространяются более 4 тысяч зарубежных печатных СМИ, в том числе из России, Украины, Казахстана, США, Великобритании, Германии, Италии, Франции, Нидерландов, Польши, Литвы, Латвии.

В Беларуси действует 9 *информационных агентств*, 7 из них – частные.

* По материалам официального сайта Республики Беларусь «Беларусь.ВУ».

Крупнейшим информационным агентством Беларуси является Белорусское телеграфное агентство (БелТА), которое имеет корреспондентскую сеть во всех регионах страны. В Минске наряду с белорусскими информационными агентствами работают также представительства российских информагентств – ТАСС, Прайм, корреспонденты ведущих мировых агентств – «Рейтер» и «Ассошиэйтед Пресс».

Электронные СМИ в Республике Беларусь представлены 174 радиопрограммами и 99 телепрограммами. Из них 25 радиопрограмм и 59 телепрограмм – частные. Высокая доля общественных радиопрограмм объясняется тем, что большая их часть – это региональное радио, в качестве учредителей выступают местные органы власти.

Вещание в FM-диапазоне в Беларуси осуществляют около 30 радиостанций, в том числе «Радиус-FM», «Радио «Юнистар» (белорусско-германский медиапроект), «Европа плюс» и др.

На зарубежную аудиторию, интересующуюся событиями в нашей стране, рассчитаны передачи радиостанции «Беларусь», вещающей на белорусском, русском, английском, немецком, польском, французском, испанском и китайском языках.

В Беларуси действуют общенациональные телеканалы «Беларусь 1», «Беларусь 2» (молодежный), «Беларусь 3» (социокультурный), «Беларусь 5» (спортивный), «Общенациональное телевидение» (ОНТ), «Столичное телевидение» (СТВ). С сентября 2015 г. начал работу новый региональный телеканал «Беларусь 4», который выступает платформой для всех областей страны. В каждой из них основная сетка вещания заполняется оригинальным телепродуктом и выходит на одной кнопке с указанием своего региона: «Беларусь 4. Могилев», «Беларусь 4. Гомель» и т. д. Первый и единственный международный спутниковый телеканал Беларуси, – «Беларусь 24» – начавший вещание в 2005 г. («Беларусь ТВ»), сегодня работает 24 ч в сутки для 270 000 000 зрителей в 100 странах. Основу контента составляют новости и аналитика о важнейших событиях в стране и мире, интересные телепроекты и качественный кинопоказ. И, безусловно, в сетке вещания – множество программ о Беларуси: уникальной истории и культуре страны, главных достопримечательностях и туристических направлениях, белорусской кухне, знаменитых брендах, выдающихся людях и т. д.

Сигнал канала ретранслируется с помощью трех спутников – ABS-2, HotBird A13 и Galaxy 19. «Беларусь 24» могут смотреть зрители в странах Европы, Ближнего Востока, Центральной Азии,

Африки и Северной Америки. Вещание ведется круглосуточно на белорусском и русском языках. Для пользователей сети Интернет организована онлайн-трансляция. На территории Беларуси рестрансцируется более 200 зарубежных телеканалов, в том числе *Europews*, *BBC*, *Eurosport*.

К июню 2015 г. Беларусь осуществила полный переход от аналогового к эфирному цифровому телевидению. Сегодня цифровое вещание (первый мультиплекс из 8 теле- и 1 радиопрограммы) доступно практически 100 % населения страны.

Законодательство о СМИ в Республике Беларусь. Правовую основу деятельности СМИ в Беларуси составляют Конституция и Закон «О средствах массовой информации» (новый закон о СМИ принят в 2008 г., поправки внесены в 2014 г.). Конституцией Республики Беларусь гарантируются свобода мнений, убеждений и их свободное выражение, запрещается монополизация средств массовой информации и цензура.

Закон «О средствах массовой информации» закрепляет основные принципы деятельности СМИ в Беларуси: достоверность информации, равенство, уважение прав и свобод человека, многообразие мнений, защиту нравственности, соблюдение норм профессиональной этики. Закон стал основой для введения элементов саморегулирования в медийной сфере Беларуси – с этой целью был создан Общественный координационный совет в сфере массовой информации, включающий представителей СМИ, журналистских организаций, экспертного сообщества.

Медийные и издательские форумы в Беларуси:

- Международная специализированная выставка «СМІ ў Беларусі»;
- Белорусский международный медиафорум «Партнерство во имя будущего»;
- Форум молодых журналистов;
- Минская международная книжная выставка-ярмарка.

Особое место в ежегодном календаре событий страны занимает *День белорусской письменности* – праздник, посвященный национальной культуре, литературе и печатному слову.

Конкурсы для журналистов в Беларуси:

- Национальный конкурс печатных средств массовой информации «Золотая Литера»;
- Республиканский творческий конкурс «Золотое перо»;
- Национальный телевизионный конкурс «Телевершина».

Конкурсы среди редакций СМИ и профессиональных журналистов проводятся в каждом регионе страны [195];

4) нетворкинг – (от англ. *networking* – букв. плетение сети: *net* – сеть + *work* – работать) – это социальная и профессиональная деятельность, направленная на то, чтобы с помощью круга друзей и знакомых максимально быстро и эффективно решать сложные жизненные задачи (устроить ребенка в детский сад, найти работу, познакомиться с будущим супругом) и бизнес-вопросы (находить клиентов, нанимать лучших сотрудников, привлекать инвесторов). При этом в сути нетворкинга лежит выстраивание доверительных и долгосрочных отношений с людьми и взаимопомощь [196].

В основе этого понятия «нетворкинг» лежит так называемая теория шести рукопожатий, разработанная в 1960-х гг. американским социологом С. Милгрэмом и психологом Дж. Трэверсом. Суть ее в том, что каждый из нас опосредованно знаком с любым другим жителем планеты через цепочку общих знакомых. В среднем эта цепочка состоит из шести человек. Нетворкинг – не научная дисциплина, в ней нет общепризнанных формул, аксиом и теорем. У каждого человека свой нетворкинг, свои правила установления отношений и свои «изюминки». Кому-то нетворкинг нужен для того, чтобы научиться уверенно знакомиться и общаться, кому-то для карьерного роста, а кому-то – для душевной гармонии. Цели у всех людей разные, но вот инструменты и методология их достижения очень схожи. «Нетворкинг – процесс установления и удержания ценных связей» [197, с. 11].

Безусловно, нетворкинг – это процесс. Это не отдельное событие, не сиюминутное установление ценных связей. Нетворкинг – ежедневный процесс по установлению и поддержанию ваших ценных связей. Невозможно в один день стать мастером в этом вопросе; за один день познакомиться со всеми ценными людьми. Этим нужно жить, совершенствуясь ежедневно в установлении связей. Трудно переоценить значимость установления связей в нетворкинге. Установление связей, по сути, и есть цель нетворкинга. На это направлены основные силы, время и средства. Умение вовремя установить нужные связи – часто является определяющей нашего успеха в жизни и работе [197, с. 12].

Российский эксперт по нетворкингу А. Бабушкин, автор книги «Эффективный нетворкинг», различает три его уровня: эффективности, стратегии и философии:

1) **уровень эффективности.** На этой стадии человек осваивает тонкости установления и развития новых связей, правила знакомства, систематизацию индивидуального списка контактов. Как правило, большинство контактов – первого порядка (когда один человек знает другого лично);

2) **уровень стратегии.** Для этой ступени характерно четкое понимание целей установления знакомства; осознание мысли, для чего заводить те или иные связи. Появляется большая разборчивость в знакомствах. Каждый новый контакт рассматривается с позиции полезности для достижения стоящих задач;

3) **уровень философии.** Характеризуется глубоким осознанием ценности человеческого общения. Человек способен ответить на вопрос: зачем стоит заниматься нетворкингом? Для данного уровня характерно планомерное наращивание сети контактов, непрерывное основательное укрепление внутренних связей. Желание человека и его конкретные действия максимально направлены на достижение целей каждым участником сети. Уровень, на котором нетворкинг воспринимается не как способ достижения какой-либо цели, а как образ жизни [198].

Специфика интегрированных коммуникаций пространства медиа осложнена большим количеством источников, адресатов и направлений коммуникаций. Это явление многослойное, «инкапсулятивное» (личность полностью поглощена коммуникациями, но при этом может быть отстраненной, защищенной от неудобных, неинтересных, трудно воспринимаемых коммуникаций; возможно выстраивание индивидуального отношения к коммуникациям: «воспринимаю» – «не воспринимаю»).

Тем не менее участие личности одновременно в нескольких интегрированных коммуникациях проявляется через:

- **«я-коммуникации»** – первичная позиция восприятия с точки зрения собственного видения;
- **«ты-коммуникации»** – вторичная позиция заключается в умении слышать и понимать мотивы источника коммуникации, целевую аудиторию;
- **«мы-коммуникации»** – позиция переговорного процесса, в котором происходит диалог для достижения общих целей;

5) **Интегрированные коммуникации, основанные на IT-технологиях,** как прикладные средства передачи, «донесения» информации или как средства общения все чаще используются в качестве

виртуальных технологий, например, **чат-ботов**. Специалисты уверены, что чат-боты имеют огромный потенциал и в ближайшем будущем вытеснят с рынка колл-центры, людей-консультантов и даже заменят справочные и поисковые системы. Технологические возможности чат-ботов могут дойти до того, что освободят человека от чувства одиночества, станут полезными собеседниками с точки зрения информирования и «советника». Такой «друг» подскажет короткий маршрут, подберет справочную информацию, напомнит о событиях или важных датах (дни рождения, годовщина свадьбы и т. д.), посоветует и даже «пожелает спокойной ночи».

Чат-боты часто сравнивают с искусственным интеллектом, который основывается на технологиях лингвистической обработки. Появляется больше систем, позволяющих понимать, обрабатывать и генерировать языки, легко переключаться с одного языка на другой, поддерживать мультязычные беседы.

Первые программы, умеющие вести диалог с людьми, появились в 60-х гг. XX в. Впервые термин «чат-бот» был употреблен в 1994 г. разработчиком М. Молдингом. Он создал себе виртуальную помощницу «Джулию», которая помогала анализировать написанный пользователем текст, предлагала материал, более-менее относящийся к выбранной теме. Программы были очень простыми и могли сканировать текст, определять ключевые слова и выдавать какую-нибудь фразу, относящуюся к теме, создавая иллюзию живого общения (рис. 20).



Рис. 20. Чат-бот «виртуальная помощница»

В широком понимании чат-бот (от англ. *chat* – болтать, *bot* – робот) – это компьютерная программа, которая распознает речь и может разговаривать с человеком на привычном ему языке посредством текста или голоса.

Современные чат-боты задействуют очень продвинутые алгоритмы обработки естественного языка и искусственного интеллекта – настолько изощренные, что порой их невозможно отличить от реального собеседника.

Разновидностью чат-бота является *Siri* – это те же чат-боты, только с голосовым интерфейсом (голосовой ассистент), а обитают они не в конкретном приложении, а во всей системе. Их еще называют «универсальными», или «интерфейсными ботами». Его можно попросить воспроизвести музыку, включить освещение в доме или заказать товары из интернет-магазина. Кроме того, например, бот по имени *Alexa* – пока единственный голосовой помощник, у которого могут быть «подчиненные» (сторонние боты, интегрированные с системой) [199].

Есть боты, которые функционируют на основе искусственного интеллекта, они способны обучать и курировать действия, а значит управлять человеком. К боту можно обратиться за любым советом или рекомендацией – попросить заказать цветы, вызвать такси *Uber*, спросить о местонахождении ближайшего пляжа или лучшего кафе поблизости. Переписываясь с роботом, пользователь может мгновенно забронировать столик в ресторане или в любой момент купить понравившийся продукт, перелистывая каталог товаров.

У каждого «консьержа» – свой строго очерченный круг обязанностей. К примеру, через робота службы доставки цветов *1-800 Flowers* можно заказать букет просто сообщив ему имя друга-получателя, а у бота телеканала *CNN* – персональную подборку новостей, отвечающую интересам конкретного пользователя. Помимо них, в *Messenger* уже работают чат-программы *Hewlett-Packard* (для мгновенной распечатки документов), *HealthTap* (врачебные консультации), *Poncho* (прогноз погоды), *Wall Street Journal* (котировки акций) и т. д. [200].

Так, в Китае миллионы подростков сегодня тратят по несколько часов в день, переписываясь с «чуткой заботливой девушкой» *Viaoice* («Сяоис»). В отличие от других чат-программ, ее поведение неотличимо от 17-летней девочки: она выражает эмоции, может задать глупый вопрос и помнит, о чем с ней говорили раньше.

В Республике Беларусь первый *чат-бот BINGo* был разработан компанией «Системные технологии» – крупнейшим поставщиком IT-решений для банковской, финансовой, промышленной сфер.

Возможности и функции, реализованные в чат-боте *BINGo*, достаточно разнообразны для конечного пользователя (рис. 21):

- оплата мобильной связи, Интернет, ТВ, коммунальные платежи;
- все услуги национального оператора электросвязи Республики Беларусь «Белтелеком»;
- пополнение электронного кошелька *belqi*;
- оплата штрафов ГАИ;
- пополнение карт;
- раздел «Любимые услуги»;
- рассылка *push*-уведомлений информационного характера;
- личный кабинет пользователя;
- синхронизация данных одного пользователя между мессенджерами [201].



Рис. 21. Возможности бота для конечного пользователя

С помощью чат-бота *BINGo* можно совершать актуальные платежи, пополнять карты и электронный кошелек всего в несколько кликов. Уникальность сервиса в том, что он уведомляет пользователя о выставленных счетах на оплату коммунальных услуг, телефона, а также штрафов ГАИ еще до того, как «письмо счастья» придет по почте.

По данным исследовательского центра Microsoft, к 2027 г. треть работоспособного населения будет занята в сфере услуг [202]. В бли-

жайшие годы появятся необычные профессии, например, оператор машинного интеллекта, который будет управлять системами искусственного интеллекта.

Сами системы искусственного интеллекта, к которым можно отнести и чат-боты, будут способны адаптироваться к различным социальным ситуациям, осуществлять управление организацией, персональное консультирование, поддержку здравоохранения, контроль и анализ климата и экологии.

Таким образом, сложные проявления интегрированных коммуникаций находятся в поиске некоего организующего начала, начальной точки, от которой происходит целенаправленное и осмысленное влияние на личность (аудиторию), «публичный интеллект». Публичный интеллект основан на «синергии формального и эмоционального интеллекта», а также мотивах и умениях личности, помогающих ему не только освоить интегрированные коммуникации, но и с их помощью управлять целевыми аудиториями, тем самым расширив технологии коммуникаций [203].

В контексте публичного интеллекта коммуникация рассматривается не только как вербальное взаимодействие, она понимается гораздо шире: и как энергия влияния, и как сила убеждения, и как управление конфликтами – и этим список не заканчивается. Такие составляющие публичного интеллекта называются компетенциями, и все их множество условно можно свести к пяти основным: диагностика среды и человека, публичные коммуникации, сила влияния, построение отношений и управление конфликтами [203].

Благодаря ИКТ, интегрированные пространства медиа включают в себя не только передачу информации, но и стратегии (политику), способы, технологии, методы, модели, бизнес-процессы, в конечном итоге даже форму передачи информации.

Интегрированные пространства медиа используют все виды коммуникации – открытую (форумы, блоги, чаты, вики и т. д. – предназначенную для широкого использования), закрытую (направляемую конкретному адресату) и смешанную (возможность с помощью ИКТ выбирать адресат, фильтровать уровень доступа к информации и общению, использовать принцип избирательности).

Коммуникационный инструментарий постоянно совершенствуется и усложняется. Наблюдается размывание границ в подсистемах пространства медиа. Ранее отдельно воспринимаемые направления,

такие как журналистика, реклама, маркетинг, связи с общественностью, брендинг, нетворкинг, сегодня используют одинаковый инструментарий коммуникаций, объединены расширенным сектором услуг, сочетают способы и механизмы интегрированных коммуникаций в зависимости от времени, стадии, бренда и т. д. Проходя через тонкую грань интеграции, перечисленные направления могут развиваться в общей стратегии трансформаций коммуникации, с учетом развития национального и мирового информационно-коммуникативного пространства.

Культурологическое направление для интегрированных коммуникаций ставит задачу изучения комплекса различных явлений в пространстве медиа для поддержки культурно-просветительских функций вещательных средств коммуникации, повышения их роли в сохранении языковых и литературных ценностей, культурной идентичности и многообразия национальных культур.

РЕПОЗИТОРИЙ БГУИМ

ГЛАВА III. ТРАНСФОРМАЦИЯ ЛИЧНОСТИ В УСЛОВИЯХ ПРОСТРАНСТВА МЕДИА

3.1. Медиапространство как фактор трансформации личности

С появлением в конце XX в. нового типа информационного пространства, созданного на основе цифровых и телекоммуникационных технологий, сформировалась среда медиаиндустрии и медиаконтента, которая аккумулировала, структурировала, «подчинила» социокультурное и духовное пространство личности. Возникло целое поколение людей, чье индивидуальное восприятие действительности стало зависеть от тенденций развития информационно-коммуникативных процессов, глобальных сетей, медиаиндустрии.

Междисциплинарный характер и глубинную взаимосвязь медиа и пространства подчеркивают в своей коллективной монографии П. Коулдри и А. Маккарти [204, с. 1–15]. Авторы определяют медиапространство как диалектическое понятие, отражающее производственно медиаформ (материальных и виртуальных), сложно поддающееся идеологическому контролю, с преобладанием свойств «текучести», спонтанности, хаотичности и, главное, возможности управлять ими. Медиа перестраивает пространство производства и, следовательно, пространство потребления, интегрирует в повседневную жизнь личности режимы и механизмы «гипер-пространственных» коммуникаций, основанные на *технической и культурной конвергенции, мобильности, виртуальной реальности, визуализации и интерактивности*. Процесс инкультурации подчинился условиям технологизированной среды медиа, предопределяя личности некую модель поведения, условия для образования и развития, возможности для труда и отдыха. Процесс инкультурации стал проходить в двух разных, но взаимосвязанных пространствах: реальном и монополярном глобальном пространстве медиа, модифицировав локальную культуру личности, ее сложившиеся пространственно-коммуникативные практики повседневности.

Важную роль в решении проблемы «технического усовершенствования личности» стали играть так называемые конвергентные технологии, к которым можно отнести нанотехнологии, биотехнологии и генную инженерию, информационные и коммуникационные

технологии и когнитивные науки. Конвергенция (от лат. *converge* – приближаться, сходиться) – термин, принятый в естественных и общественно-политических науках для обозначения процессов схождения, взаимоуподобления [205].

Согласно М. Кастельсу, информационное общество имеет пять основных характеристик парадигмы развития:

- информация оказывается ее сырьем, и мы имеем дело с технологиями воздействия на информацию;
- всеохватность эффектов новых технологий;
- сетевая логика любых систем, использующих новые информационные технологии;
- эта парадигма основана на гибкости;
- растущая конвергенция конкретных технологий в высокоинтегрированной системе [73, с. 403].

Под конвергентными технологиями научное сообщество сейчас понимает *NBIC*-конвергенцию – конвергенцию нано-, био-, инфо-, когнитивных технологий. Термин «конвергенция» введен авторами отчета *Converging Technologies for Improving Human Performance* («Конвергирующие технологии для улучшения природы человека») М. Роко и У. Бейнбриджем в 2002 г. [206, с. 97, 140]. «*NBIC*-конвергенция согласно их представлению является своего рода механизмом взаимопроникновения и взаимовлияния большого количества областей и технологий, как то: химии, экологии, науки о земле, биологии, медицины, вычислительной техники, экономики, политологии, психиатрии, психологии, педагогики и др. Европейская программа *NBICS*, в отличие от американской *NBIC*, уделяет больше внимания социальным, культурологическим, правовым, этическим вопросам конвергентных технологий, провозглашая вместо американского “инжиниринга ума и тела” девиз “инжиниринг для ума и тела”. Представителями *наноэтики* отмечается, что в дискурсе технотрансформаций человека акцент ставится на улучшение индивидуальных качеств: “быстрее”, “сильнее”, “умнее”» [207, с. 146].

В современном медиaprостранстве Беларуси активно используются конвергентные технологии для интеграции информационных и высокотехнологичных устройств для передачи ими содержательных (информационно-коммуникативных) продуктов. Это научные, космические, биотрансгенные программы, о которых говорилось выше. Однако смысл, вкладываемый в понятия «конвергентные медиатех-

подогни», шире и намного глубже: здесь подразумеваются процессы конвергентного взаимопроникновения, взаимовлияния, на основании которых предполагаются инновационные коммуникативно-технологические результаты. Причем результаты влияния инновационных конвергенций для процесса инкультурации носят противоречивый характер. С одной стороны, аннотируемый рост человеческих возможностей, «техническое» улучшение человека, а с другой – конвергенция как непредсказуемое или даже опасное явление не только для инкультурации, но и для человечества в целом.

Для процесса инкультурации появляются новые механизмы развития медиатехнологий, которые проявляются в модификации чувственности человека, например, посредством наночипов, программирующих виртуальную реальность сознания (создание имплантируемых в мозг интерфейсов, или нейрочипов, которые могут влиять и быть запрограммированы на создание непосредственно в сознании человека той или иной виртуальной картины мира). Конвергентные механизмы медиатехнологий способны определять новое отношение личности к осознанию социокультурного бытия, влиять на его социальное поведение, формировать культуру впечатлений, создавать новые этические и художественные ценности, перестраивать культуру повседневной жизни, т. е. трансформировать процесс инкультурации.

В связи с этим можно применить понятие «конвергентная личность», под которой подразумевается личность, которая не только использует медиасредства, но и может создать свой контент. Контент в переводе с английского – «содержание», понятие собирательное, которое подразумевает любой вид информации, а также интернет-ресурс, популярность которого зависит от качества и частоты посещаемости пользователями. Контентом можно назвать также любую информацию (информация, статья, аудио, видео, изображение (графика)), которую пользователь может разместить самостоятельно в интернет-среде.

Появление медийных и цифровых конвергенций было предопределено тенденциями и инновациями, которые трансформировали модели медийного и цифрового пространства, модифицировали процесс инкультурации, обусловили сложность и неустойчивость в самоопределении личности, ее адаптации в этих условиях. Можно назвать наиболее важные пространственно-следственные причины,

способствующие трансформации инкультурации. Назовем некоторые из них:

1) трансформация предметно-символьной среды, появление новых форм материальной культуры (носителей информации), медиасредств;

2) конвергенция как процесс и результат объединения разновидностей СМИ, медиапродуктов и медиаиндустрии;

3) пропаганда медиатехнологий, коммерциализация медийных и цифровых продуктов, монополия и стимулирование информационной среды;

4) изменение «информационной динамики» в жизни индивида (увеличение количества информации, компьютеризация, глобальная сеть, СМИ и т. д.);

5) новые психоэмоциональные ощущения, связанные с адаптацией личности в среде медиа;

6) увеличение скорости современной жизни, и как результат – включение медиатехнологий в круговорот взаимодействий личности и общества;

7) зависимость качества жизни личности от уровня и возможности использования продуктов медиа в профессиональной, образовательной, социокультурной, бытовой и других сферах деятельности.

Таким образом, наибольший прогресс развития в технической сфере наиболее заметен в отношении медиасредств связи и информационных технологий, которые предназначены для «личного пользования». Отдельный человек, интегрируясь в современное медиaprостранство, стал активным или пассивным участником медиaprостранства глобального. Инкультурация и социализация личности, профессиональное и личностное становление стали активно включать в свою жизнедеятельность медиасредства. Появилась зависимость от возможностей использования медиасредств, условий их работы и режима доступа к ним. Медиасредства проникли во все «закоулки» повседневной жизни и затронули внутреннюю идентичность людей, преобразовав ее. В данном исследовании необходима некоторая структурированность и определенность в разьяснении роли медиасредств в современной жизнедеятельности личности, использование механизмов, форм, режимов, технологий и др. в реализации процессов становления и развития, инкультурации и социализации. Попробуем проанализировать и описать некоторые из них, наиболее востребованные в современных условиях развития белорусского медиaprостранства.

3.2. Медиасредства и механизмы взаимодействия личности в пространстве медиа

3.2.1. Использование медиасредств в современной жизнедеятельности личности

Медиасредства являются продуктом современного медиарынка, активно используются сегодня во всех сферах развития глобального сообщества. Наиболее интенсивно развиваются технологии цифрового пространства, которые способствуют появлению в пространстве субъекта культуры различных медиасредств.

Новые предметы, высокотехнологичные устройства и средства представлены на рынке медиа в широком диапазоне. Мы заполняем наше социальное и бытовое пространство все более усовершенствованными техническими устройствами, которые в какой-то степени определяют наш стиль жизни, «управляют личным временем». С первых дней жизни человек пребывает в технической, информационной, тактильно-виртуальной среде, где происходит процесс знакомства и усвоения им предметов и символов.

Наука и практика все чаще обращают внимание на среду как на поисковое «поле» личности, как на условие установления взаимосвязи и диалога. Социокультурная среда связана с материально-предметной формой культуры. По мнению Р. Чумичевой [208, с. 8], социокультурная среда строится в двух пластах: пространственно-предметном и духовно-эмоциональном. Первый пласт – вещный материализованный. Вторым – духовный, индивидуальный, оценочный, построенный на диалоге, общении с личностью, личности с искусством. В период детства предметно-символьная среда, которая представлена взаимопроникновением произведений «взрослого» мира, предметов, вещей, образов, знаков, символов, элементов как средств коммуникации, развивается через эстетические и социальные отношения, помогает личности (ребенку) осуществлять раскодирование различных предметов, языка и знаков – средств общения, конструируемых и изменяемых ею самостоятельно либо в сотворчестве со взрослыми или сверстниками.

Медиакультура через насыщенную информационную и материальную продукцию предлагает нашим детям новую интерактивную, видео- и радиоуправляемую среду, которую моделирует сам ребенок.

В такой среде ребенок меняет ее форму, цвет, пространство. Он не просто является активным пользователем предметно-символьной среды, а нередко сливается с ней, часто не осознавая свои возможности и способности, которые дают ему новые «орудия» познания мира. Основой формирования «внутренней природы» медиакультуры выступают измененные знаковые системы и их значения (слово, письмо, образ, символ, язык жестов и т. д.), бесконечные смещения, интерпретации, игры с формой, смыслом, с самой реальностью. Современному поколению трудно представить, как всего сто лет назад фактически не было радио, около шестидесяти лет – телевидения, совсем недавно вошли в нашу жизнь Интернет и сотовые телефоны. Потоки аудио- и видеoinформации, дублируя друг друга, охватывают человека своим объемом, становясь как бы удаленными его «среднестатистическими» глазами и ушами. Переключая каналы, ребенок сегодня ухватывает крупницы информации, не задерживаясь ни на чем подолгу. Формируется новая форма поведения и усвоения информации (клиповое сознание), то, о чем сегодня с тревогой говорят многие. Новая форма позволяет случайным образом набирать информацию, запуская в работу механизмы ее освоения по типу юнговских синхронизаций [209].



Рис. 22. Восприятие предметно-символьной среды

Активное использование цифровых медиасредств меняет типологию человека, который в свою очередь находит все новые способы дальнейшего совершенствования. «Человек, подобно пчеле, оплодотворяет машинный мир, позволяя ему размножаться и создавать новые формы. В итоге постоянное взаимодействие с технологиями превращает его в некий сверхмеханизм» [210, с. 85].

Цифровые медиасредства можно определить как высокотехнологические конвергентные устройства с необходимым инструментарием для постановки и решения задач в области создания, воспроиз-

ведения, копирования, тиражирования, хранения, распространения, восприятия информации и обмена ее между субъектом и объектом.



Рис. 23. Цифровые медиапространства

Медиасредства, основанные на стремительном развитии технологических возможностей, одновременно все в большей степени влияют на личность, определяя ее уклад жизни, образовательный и профессиональный уровни, модели поведения, настроение и степень свободы. Социокультурная составляющая медиасредств отражает их общественную направленность, проявляющуюся в расширении сферы коммуникаций, активизации в управлении социальными процессами.

В последнее время появляются системные исследования, направленные на выявление роли использования современных технологий в жизнедеятельности, например: философский анализ медиатехнологий с позиций концепции деятельности (А. П. Константинова [211]), место медиа-исследований в системе информационного обеспечения принятия решений в современной организации (Н. А. Хлопаева [212]), использование средств телекоммуникационных технологий в образовательном процессе учреждений повышения квалификации (О. Л. Шор [213]) и др.

Переход той или иной сферы культуры на электронный уровень коммуникаций (виртуализации, визуализации, интерактивности) как механизмов инкультурации, о которых речь пойдет ниже, предъявляют новые требования к личности, предопределяя для нее «алгоритмы действий» в социально-культурной, профессиональной, экономической, политической и других сферах современного белорусского общества.

Современный социум испытывает потребность в универсальной, интегральной, многосторонней, гармоничной личности. Владение и использование медиасредств личностью в современной жизнедеятельности является приоритетным условием ее востребованности на профессиональном уровне, экономической независимости и активного участия взаимодействий с глобальным информационным пространством.

В качестве иллюстрации мы можем опираться на результаты проведенного исследования, выборочную совокупность которого составили 300 студентов 1–5 курсов очной, заочной и заочной дистанционной форм получения образования (рис. 24) Академии управления при Президенте Республики Беларусь. Исследование проводилось в 2013–2015 гг., его цель – выяснить роль медиасредств в современной жизнедеятельности белорусских студентов (на примере студентов Института управленческих кадров Академии управления при Президенте Республики Беларусь).

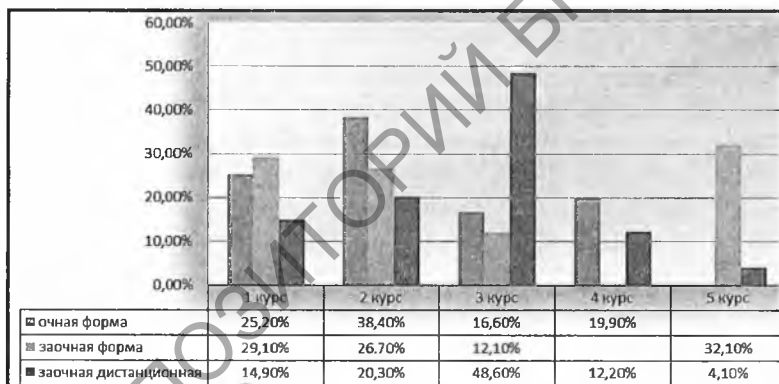


Рис. 24. Распределение ответов на вопросы анкеты в разрезе формы обучения по массиву

Была сформулирована гипотеза о том, что активное и быстрое развитие конвергентных медиатехнологий ведет к общему техногуманитарному дисбалансу между темпом развития прогресса (программно-аппаратных средств ИКТ, медиасредств) и временем, необходимым для их освоения и применения личностью в своей жизнедеятельности. В связи с этим происходят глубокие трансформации процесса инкультурации кардинально с другими характеристиками, ролью, механизмами и возможностями.

В анкетировании приняли участие 38,7 % мужчин, 61,3 % женщин. Возрастной диапазон респондентов составил от 17 до 44 лет.

По результатам опроса, заинтересованность использования современных медиасредств студентами в учебно-образовательной деятельности очевидна, все они сегодня мотивированы на завтрашний день. Минувшее может быть объектом только интереса, уважения, в значительной степени опыта, – главным же для современных студентов является то, что совершится завтра или послезавтра.

В процессе инкультурации медиасредства стали использоваться личностью и восприниматься ею как помощники, путеводители, инструменты, которые решают информационные, коммуникативные, образовательные и бытовые вопросы. Новейшие средства коммуникации – смартфоны, айфоны, планшеты, видеонавигаторы, спутниковое и цифровое телевидение, ноутбуки или нетбуки – предполагают максимальную взаимосвязь с «пользователем», связь в любое время суток, здесь и сейчас. Все современные медиасредства начинены множеством функций и возможностей. Некоторые стали настолько популярными и необходимыми, что поставили личность в некую степень зависимости.

Так, например, по данным исследования «Роль медиасредств в современной жизнедеятельности студентов» 75,6 % респондентов не могут обойтись без компьютера, 88,5 % – без сотового телефона, их отсутствие вызывает неудобства и психологический дискомфорт (рис. 25).

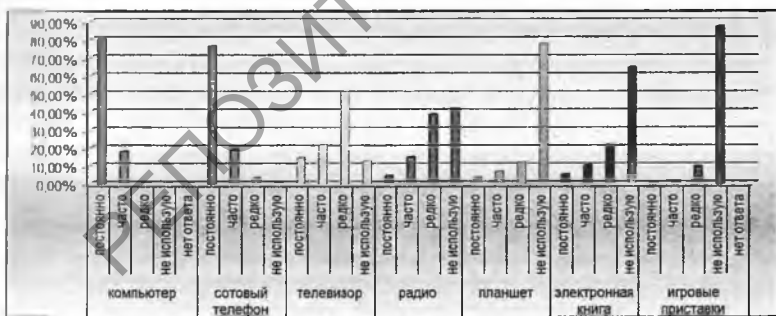


Рис. 25. Распределение ответов на вопрос: «Как часто вы используете каждое из перечисленных ниже медиасредств в своей деятельности?»

Необходимо констатировать свершившийся факт психологической зависимости от мобильного телефона. Если по каким-либо причинам человек забывает или теряет свой телефон либо заканчивается

заряд батареи, возникает чувство тревоги, неуютности, нехватки, будто его лишили чего-то важного. Мобильная связь, как и многие другие современные технологии, делают нашу жизнь более удобной, избавив от повседневных рутинных трудностей, но вместе с этим комфортом личность утрачивает часть своих способностей, отдавая их электронным услугам. Сегодня мобильный телефон или смартфон для современного человека – это больше чем персонализированное устройство, к примеру, телевизор или домашний персональный компьютер. Он лишен сезонности, используется в обучении, работе и отдыхе.

Известный американский психолог Т. Лурманн провела исследование среди аспирантов Стэнфордского университета, целью которого было изучение влияния мобильных телефонов на стиль жизни молодежи. По результатам исследования выяснилось, что *iPhone* играет важнейшую роль в жизни современной молодежи. Молодежь говорит о своих мобильных телефонах как о неотъемлемой части организма. Остаться без связи означает для них потерю контакта с внешним миром, беспомощность и неполноценность. Кроме того, многие пользователи обеспокоены безопасностью личной информации, хранящейся в памяти телефона. «Если кто-то украдет мой телефон, он сможет узнать абсолютно все обо мне», – жалуются взволнованные пользователи. Последнее исследование Т. Лурманн показало, что 24 % пользователей считает *iPhone* частью себя – частичкой мозга и бытия. Потеря мобильного телефона для 41 % опрошенных является сильнейшим стрессом, трагедией [214].

Настораживающим фактом является еще и то, что мобильная связь модифицирует саму модель человеческого общения, приводя ее к примитивному оскудению. Например, новые способы общения неизбежно порождают новые формы текстов. Так, среди молодежи (и не только) стало модным писать *SMS* на эрц (эрзац)* – языке, в котором с помощью

* ЭРЗАЦ (нем. *ersatz* – «замена, возмещение») – то же, что суррогат. Определение, которое обычно используют с негативным оттенком в отношении издержек цивилизационной стадии развития культуры («цивилизация – эрзац культуры»). В искусстве авангарда подмена художественных ценностей эрзацем культуры – обычное явление (см. кич; массовая культура; репродукция; сюрреализм) // Словарь изобразительного искусства, 2004–2009. – Режим доступа: <http://slovari.yandex.ru/~книги/Словарь%20изобразительно-го%20искусства/~Э/13/>. – Дата доступа: 28.02.2013.

Власов, В. Новый энциклопедический словарь изобразительного искусства : [в 10 т.] [Электронный ресурс] / В. Власов. – СПб. : Азбука-классика, 2004. – Т. 10. – Режим доступа: <http://slovari.yandex.ru/~книги/Словарь%20изобразительного%20искусства/~Э/13/>. – Дата доступа: 28.02.2013.

шаблонов можно быстро выразить свою «как бы» мысль (или ее условность), не сосредотачивая свое внимание на правилах орфографии (Добрй нч – «добррой ночи», Лю тя – «люблю тебя», сокращения спс – то есть «спасибо», пжл – «пожалуйста», чел – «человек») и т. д.).

Большинство современных новых слов, появившихся в результате развития высоких технологий, глобального интернет-пространства, рынка медиатоваров и услуг прочно вошли в ежедневное употребление, внесли противоречивое отношение к их использованию. Среди «модных» слов и терминов некоторые используются особенно часто.



Селфи (selfie – от англ. self – сам) – разновидность автопортрета, снятого на камеру мобильного телефона.

Иногда такой вид снимка еще называют «себяшка», «самострел». Самый популярный во всех социальных сетях вид фотографии. Термин приобрел известность в конце 2000-х – начале

2010-х гг. благодаря развитию встроенных функций фотоаппарата мобильных устройств. Будучи первоначально популярным среди молодежи, селфи завоевало свою позицию и среди взрослых, в частности, папа римский Франциск выкладывает для своей шестидесятимиллионной интернет-аудитории селфи, на которых он впечатлен с посетителями Ватикана. В декабре 2012 г. журнал Time отметил, что слово «selfie» вошло в «Топ-10 модных словечек» 2012 г. Хотя понятие «селфи» появилось в начале XXI в., именно в 2012 г. этот термин действительно стал хитом современности.

По данным опроса 2013 г., две трети австралийских женщин в возрасте 18–35 лет использовали метод селфи для размещения фотографий в социальной сети Facebook. Исследование, проведенное среди владельцев смартфонов и фотокамер, выявило, что около 30 % селфи сделано людьми в возрасте 18–24 лет. К 2013 г. слово «selfie» стало достаточно распространенным для того, чтобы быть включенным в Оксфордский онлайн-словарь английского языка. В ноябре 2013 г. слово «selfie» было объявлено как «слово года» в Оксфордском словаре английского языка, которое официально стало считаться австралийским по происхождению.

Мем (от англ. *tete* – единица культурной информации) – это единица культурной информации. Мемом может считаться любая идея, символ, манера, образ, осознанно или неосознанно передаваемые от человека к человеку посредством письма, речи, видео, ритуалов, жестов и т. д.



Рис. 26. Примеры мемов

Впервые сам термин был предложен биологом Р. Докинзом в 1976 г. в книге «Эгоистичный ген» [215], а затем концепция мемов была развита в его следующей книге «Расширенный фенотип» [216] в 1982 г. Термин «мем» Р. Докинз придумал, взяв за основу греческое слово *μίμημα*, «подобие». Р. Докинз предложил идею о том, что вся культурная информация состоит из базовых единиц-мемов, точно так же, как биологическая информация состоит из генов; и так же, как гены, мемы подвержены естественному отбору, мутации и искусственной селекции. На основе этой идеи Докинза возникла пока не получившая широкого признания наука меметика.

Д. Рашкофф, американский исследователь СМИ, считал, что мемы могут распространяться через средства массовой информации. Мемы как явление он связал с термином «медиавирус» в своей книге «Медиавирус! Как поп-культура воздействует на наше сознание», которая была издана в 1994 г. [217].

Сама концепция мема в свою очередь стала частью массовой культуры. Понятия «мем» и «меметика» в том или ином виде встречаются во многих художественных произведениях.

«Вирусы разума» – ключевой элемент сюжета различных научно-фантастических произведений. Так, в рассказе «Digital to Analogue» А. Рейнольдса описывается «меметическая эпидемия», распространяющаяся посредством музыкальных произведений. В романе «Absloution Gap» этого же автора рассказывается о религиозном

движении, члены которого используют биологические вирусы в качестве разносчиков мемов.

Таким образом, несмотря на широкое распространение понятия «мем», данное явление остается непризнанным в широких научных кругах, но активно используется в медиaprостранстве, особенно в социальных сетях.



Лайк (от англ. «like» – «нравится») – знак одобрения. Можно сказать, что это «условная валюта» во всех социальных сетях, «лайк-маркеры» как одобрение пользователю, фотографии, мнению, информационному материалу и т. д. **Дизлайк** – противоположность лайка, означает «я не доверяю».



Хэштег, или **хештег** (метка) (англ. hashtag от hash – символ «решетка» + tag – тэг) – любая фраза или слово, которому предшествует символ #. С помощью данного символа пользователи могут объединять группу сообщений по теме или типу, производить своеобразную сортировку хэштегов. Хэштеги – это система «социальных меток», которая объединяет определенные категории.

Популярность хэштегов выросла одновременно с ростом популярности Twitter. Это вдохновило К. Мессина (американский актер, сценарист и режиссер), которого сейчас называют отцом хэштегов, предложить подобные системы, чтобы пометить темы, представляющие интерес в микроблогах сети. Американское диалектологическое общество по итогам 2012 г. назвало «хэштег» словом года. В 23-м ежегодном голосовании приняли участие лингвисты, лексикографы, этимологи, грамматикки, историки, исследователи, писатели, редакторы, студенты и независимые ученые. Один из председателей комиссии голосования, Б. Зиммер, сказал: «Это был год, когда хэштег стал повсеместным явлением в онлайн-разговорах. В Twitter и на других сайтах хэштеги создали мгновенные социальные тенденции, распределяя сообщения по темам, начиная от политики до поп-культуры».



«Vine», или «вайн» (англ. whine – нытье, жалобы) – это достаточно новый и простой сервис для размещения в Интернете коротких видеороликов, длиной не более 6 с. Своего рода разновидность «инстаграм». **Instagram** – бесплатное приложение обмена фотографиями и видеозаписями,

позволяющее снимать фотографии и видео, применять к ним фильтры, а также распространять их через свой сервис и ряд других социальных сетей. В апреле 2013 г. Instagram сообщил о начале внедрения своей новой разработки, которая позволит пользователям отмечать на фотоснимках себя, своих друзей, интересные места, а также известные бренды. Также будет предоставлена возможность настраивать систему уведомлений о новых отметках и в том числе делать их приватными. В июне 2013 г. Instagram анонсировал возможность записи видео длиной в 15 с. 21 ноября 2013 г. была выпущена версия Instagram для Windows Phone 8.



Чекинуться – возможность зарегистрировать свое присутствие в определенном месте с помощью мобильного устройства (ноутбук, планшет, смартфон и т. п.), обладающего возможностью определения местоположения и передачи его через Интернет. Данное понятие может восприниматься в контексте – «отметиться», «зарегистрироваться», «сфотографироваться», «дать о себе знать “сейчас и здесь”».



LOL (также *lol* или *лол*; от англ. *laughing out loud* – «громко, вслух смеяться»; или «много смеха») – англоязычный акроним, интернет-мем. Термин используется в сетевом общении главным образом для выражения смеха в письменной форме.

Акроним получил распространение относительно недавно. В 2003 г. группой студентов было проведено исследование, согласно которому использование интернет-сленга в сетевом общении, в особенности в мгновенном обмене сообщениями, оказалось ниже ожидаемого. В рамках исследования было проанализировано 2185 сообщений, содержащих в общей сложности 11 718 слов. Акронимы были использованы лишь 90 раз, из которых 76 были LOL (0,6 % от общего числа слов). Согласно другому исследованию, проведенному в 2008 г., процент использования интернет-сленга, в том числе акронима LOL, составлял уже 2,4 %. В марте 2011 г. LOL был занесен в Оксфордский словарь.



Фейк (от англ. *fake*) – сленговый термин, обозначающий подделку, копию, фальсификацию, подлог, обман и т. п. Наибольшее распространение данный термин получил в социальных сетях, где «фейками» называют:

- поддельные страницы, которые имитируют страницы других пользователей, содержат личные данные, фотоальбомы, записки и т. д. Чаще всего данную разновидность фейков создают под анкеты звезд, телеведущих, политиков и других знаменитостей;
- создание копий интернет-сайтов с целью получения логина и пароля реального пользователя (так называемый фишинг);
- разновидность контрафакта, подделка оригинальной вещи (одежды или аксессуаров) с использованием дешевых материалов.



Рис. 27. Флешмоб

Флешмобер – человек, встречающийся в назначенное время в определенном месте со своими единомышленниками для однократного выполнения вместе каких-либо бессмысленных, но безвредных действий с целью снятия напряжения, эмоциональной разрядки.

Словарный состав языка постоянно пополняется новыми словами (неологизмами). Они обозначают какое-то новое явление, понятие, предмет. Большинство неологизмов связано с изменениями в политической, экономической, информационной жизни общества, с развитием науки техники, культуры. Многие слова входят в жизнь, а потом утрачивают свою новизну и переходят в словарный запас. В виртуаль-

ной среде слова русского языка часто употребляют не по правилам. В чатах, форумах, живых дневниках, сообщениях электронной почты и ICQ тексты пишутся «на бегу» и выглядят примерно одинаково – без знаков препинания, часто без прописных букв, с многочисленными сокращениями и опечатками, отмечается бедность словарного запаса пользователей и одновременно желание быть оригинальным.

Важный – и на сегодня нуждающийся в актуализации – ресурс осмысления пространственного изменения коммуникативной речи (спекулятивной медиальности [218]) – «Исследования по герменевтической логике» (1938) Х. Липса. Автор рассматривает язык как форму «раскрытия мира», наделяя «мирораскрывающей» функцией формы обыденной речи. Ключевой момент в подходе Х. Липса – утверждение языка как специфического пространства социального действия: «Язык не является простой передачей чего-то, что, будучи всего лишь “выраженным”, никак не менялось бы. Слово как раз меняет ситуацию, поскольку оно ее разрушает» [219, с. 14].

Человек превращается в абонента. Вопреки виртуальной и «мобильной» зависимости живое общение пока остается приоритетным выбором в нашем исследовании – 86,7 %. Виртуальный стиль общения предпочитают 6,9 % респондентов; общение по телефону – 6,4 % (табл. 7).

Таблица 7

**Распределение ответов на вопрос:
«Какой стиль общения вы предпочитаете?», %**

Вариант ответа	Очная форма	Заочная форма	Заочная дистанционная	Всего
Виртуальный (в Сети)	4,00	7,90	10,80	6,90
По телефону	7,30	6,70	4,10	6,40
Живое общение	88,70	85,50	85,10	86,70

В настоящее время многие учебные заведения Республики Беларусь обладают современной материально-технической базой, в учебном процессе, научно-исследовательской и административно-хозяйственной деятельности широко используются следующие информационные ресурсы, системы и технологии:

- компьютеризованные учебные аудитории и классы, мультимедийные аудитории, оснащенные системным и прикладным программным обеспечением;

- разделяемые информационные ресурсы, используемые в качестве средств совместной работы преподавателей и обучающихся;
- информационно-образовательные технологии и ресурсы системы дистанционного обучения (открытого образования);
- информационные системы, обеспечивающие процессы планирования учебной работы и управления вузом;
- электронные библиотечные системы.

Благодаря корпоративным порталам, учебным сайтам и другим виртуальным платформам активно используется для информационного и методического обеспечения образовательного процесса интерактивное общение (чаты, блоги, форумы и т. д.). Именно здесь в режиме реального времени можно обменяться сообщениями, важной информацией, мнениями. На учебных занятиях студенты все чаще используют персональные ноутбуки или планшеты для подготовки, конспектирования, справочной базы учебного портала, интерактивного общения с сокурсниками или преподавателями, а также для своевременной корпоративной информированности событий и мероприятий вуза.

По результатам исследования, проведенного в Академии управления, 31 % респондентов на учебных занятиях предпочитают набирать текст (вести конспект лекций) на клавиатуре ноутбука или планшета, 54,1 % – записывать ручкой в конспект (табл. 8).

Таблица 8

Результаты ответов на вопрос: «Что для вас проще?», %

Вариант ответа	Очная форма	Заочная форма	Заочная дистанционная	Всего
Записывать текст ручкой	63,60	45,50	54,10	54,10
Набирать на клавиатуре компьютера	19,90	40,00	35,10	31,30
Запрудняюсь ответить	16,60	14,50	9,50	14,40
Нет ответа			1,40	0,30

Как объясняют респонденты, набирать текст на клавиатуре физически проще и быстрее за счет автоматизированных, технически часто повторяемых слов и фраз. Электронные конспекты легче редактируются и форматируются. Это готовый материал для подготовки к зачетам,

экзаменам, а также «медиа-материал», в дальнейшем используемый для накопления архива по учебной дисциплине, с возможностью использования в научной деятельности, конференциях или симпозиумах. «Медиа-материал» можно повторять, дополнять, передавать по почте, через сетевые папки учебного портала, например пропустившему учебное занятие студенту, или использовать в интерактивном обсуждении в сети при подготовке к иным формам контроля совместно с сокурсниками или преподавателем. Студенты отмечают, что интерактивность способствует установлению доверия и атмосферы коллективной работы между студентами и преподавателем, содействует как социальным, так и учебным задачам в различных видах деятельности.

Также многими отмечен тот факт, что после продолжительного использования клавиатуры при постоянном механическом наборе текста на ноутбуке или планшете со временем записывание текста ручкой (карандашом) вызывает физическое неудобство, почерк становится хуже, утрачивается темп письма. Данная проблема требует дополнительных исследований.

Эффективная работа современного преподавателя невозможна вне широкого информационного поля, формируемого посредством применения информационно-аналитических систем, систем поддержки принятия решений, технологий ситуационного моделирования и прогнозирования. Для современного педагога огромное значение имеет опыт его деятельности (поиск информации; общение; публикации; педагогическая применимость медиасредств и др.). В различных формах информационные технологии используются при изучении более 70 дисциплин. Так, 59,2 % обучающихся отмечают, что применение мультимедийных средств (проекторов, ноутбуков, презентационных материалов и др.) в учебном процессе помогает в усвоении учебного материала (табл. 9). Однако есть небольшой процент (всего 3,6 %) студентов, которые высказывают противоположную точку зрения по качеству усвоения учебного материала с использованием медиасредств. Прежде всего необходимо отметить недостаточную подготовленность преподавателей к использованию возможностей медиасредств, излишнюю информационную текстовую загруженность презентационных материалов, дублирование информации, отсутствие логики и структуры, четкости и лаконичности, слабую визуализированность учебного материала, примитивное использование технического инструментария при де-

администрации учебного материала преподавателем, что сказывается на качестве восприятия и усвоения.

Таблица 9

Результаты опроса: «Как использование мультимедийных средств (проекторов, ноутбуков, мультимедийных средств и др.) в учебном процессе влияет на усвоение вами учебного материала?», %

Вариант ответа	Очная форма	Заочная форма	Заочная дистанционная	Всего
Помогает	51,00	66,10	60,80	59,20
Скорее помогает	33,80	27,30	18,90	28,20
Скорее мешает	6,00	1,80	2,70	3,60
Мешает	2,00	0,60	1,40	1,30
В затруднении ответить	3,30	3,00	4,10	3,30
Нет ответа	4,00	1,20	12,20	4,40

Несмотря на разнополярные мнения по поводу использования мультимедийных средств в учебном процессе, наиболее эффективными формами обучения многие обучающиеся считают семинарские или практические занятия в форме круглых столов, тематических дискуссий – 50 %, лекции в формате устного изложения – 35,1 %, индивидуальную работу преподавателя со студентом – 29,7 %, индивидуальные или групповые творческие задания – 25,4 % (табл. 10).

Таблица 10

Результаты опроса: «Какие формы обучения для вас наиболее эффективны?», %

Вариант ответа	Очная форма	Заочная форма	Заочная дистанционная	Всего
Лекции в формате устного изложения	25,8	44,2	33,8	35,1
Семинарские или практические занятия в форме круглых столов, тематических дискуссий и т. д.	45,0	53,3	56,8	50,8
Словесные игры, тренинги и т. п.	45,7	29,1	41,9	37,9
Тестовые задания	15,9	15,8	20,3	16,7
Индивидуальная работа преподавателя со студентом	27,8	32,1	28,4	29,7

Вариант ответа	Очная форма	Заочная форма	Заочная дистанционная	Всего
Компьютерные, телекоммуникационные технологии обучения	35,8	36,4	28,4	34,6
Контролируемая самостоятельная работа	19,9	18,8	12,2	17,9
Индивидуальные или групповые творческие задания	33,8	17,6	25,7	25,4
Затрудняюсь ответить	4,0	4,8		3,6

Современные студенты активно используют разные источники информации. Современное медиапространство увеличило информационный и событийный ряд в тысячи раз, благодаря чему каждый студент ежедневно за счет новых форм связи (телефон, SMS-сообщения, электронная почта, общение в сетях и т. д.) общается как минимум с несколькими десятками людей, становясь одновременно источником и поглотителем информации. Мы попытались разделить источники информации, часто используемые в обыденной жизни и в учебной деятельности. Результаты представлены в табл. 11.

Таблица 11

Результаты опроса:

«Каким источником информации вы пользуетесь чаще других», %

Вариант ответа		Очная форма	Заочная форма	Заочная дистанционная	Всего
В обыденной жизни	Интернет	86,1	88,5	87,8	87,4
	Библиотека (книги)	35,1	24,2	31,1	29,7
	Телевидение	39,7	34,5	31,1	35,9
	Газеты	11,3	12,1	12,2	11,8
	Радио	9,9	7,9	8,1	8,7
	Учебные занятия	7,3	7,3	5,4	6,9
	Другое	4,0	6,7	6,8	5,6
	Нет ответа	0,7	–	–	0,3

Вариант ответа		Очная форма	Заочная форма	Заочная дистанционная	Всего
В учебной деятельности	Интернет	74,2	77,0	89,2	78,2
	Библиотека (книги)	49,0	46,7	24,3	43,3
	Телевидение	7,9	5,5	4,1	6,2
	Газеты	2,0	2,4	2,7	2,3
	Радио	0,7	0,6	2,7	1,0
	Учебные занятия	61,6	45,5	64,9	55,4
	Другое	1,3	4,2	6,8	3,6
	Нет ответа	–	0,6	–	0,3

Наиболее важными источниками информации респонденты назвали:

в обыденной жизни:

- Интернет (87 %);
- телевидение (35,9 %);
- библиотека (книги) (29,7 %);

в учебной деятельности:

- Интернет (78,2 %);
- учебные занятия (55,4 %);
- библиотека (книги) (43,3 %).

Интернет – мировое цифровое пространство с глобальными информационными возможностями и сетевыми ресурсами. Оно является неотъемлемой частью жизни каждого белоруса и белорусского общества в целом. У этого пространства колоссальные возможности и опасности, поскольку здесь находятся все ресурсы – знания, услуги, коммуникации, процесс труда и творчества, огромный массив информации и т. д.

Для процесса инкультурации Интернет стал играть амбивалентную роль, когда, с одной стороны, личность использует информационные, коммуникативные возможности глобального пространства для развития в своей образовательной, профессиональной, познавательной, культурной или досуговой деятельности, а с другой – информационный избыток, манипулирование сознанием, распространение

ние мыслительных и поведенческих стереотипов, вседозволенность и раскрепощенность взглядов интернет-среды ведут к идеологической рассеянности, к спонтанным эмоционально-импульсивным решениям, лишенным рациональности и здравомыслия, размытости ценностных установок, непонимание своей роли и значения в мире и обществе. Несмотря на это, Интернет продолжает развивать медиaproстранство и увеличивать количество пользователей. Так, например, по данным Белстата в 2014 г. к услугам сети Интернет чаще всего обращались пользователи в возрасте от 6 лет и старше. Они использовали ее с целью получения информации (88,7 %), для просмотра и скачивания фильмов, прослушивания и скачивания музыки (74,2 %), а также с целью общения в социальных сетях (71,7 %). Кроме того, 49,2 % пользователей глобальной компьютерной сети использовали Интернет для отправки, получения электронной почты и переговоров, 48,1 % – для компьютерных игр и их скачивания [220].

При этом динамика расчета белорусами электронными банковскими картами за покупки в сети Интернет растет из года в год (рис. 28).

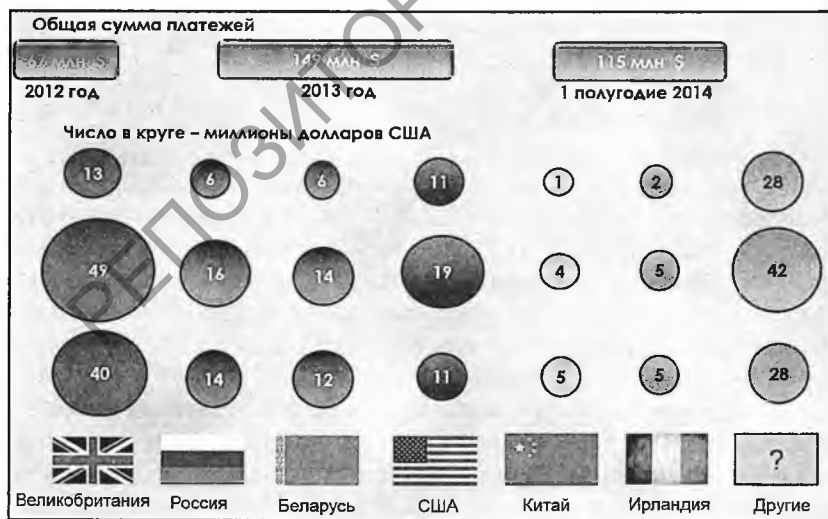


Рис. 28. Статистика оплаты через сеть банковскими картами на международном уровне

Средневзвешенная оценка общего объема рынка за 2013 г. в Беларуси составила 420 млн долл. США. Показательна цифра пользователей Интернета – 64,5 % в Беларуси – то есть чуть более 3 млн чел. на начало 2014 г. – имеют хотя бы однократный опыт покупок в Интернете.

Первое место среди покупок занимает электроника, бытовая техника, компьютеры и комплектующие – каждую из этих категорий приобретали более трети всех покупателей в интернет-магазинах. В сумме опыт приобретения товаров из этих трех категорий имеют более 90 % всех покупателей.

На втором месте находится продукция сегмента «одежда, обувь и аксессуары». Товары из этой категории за последние полгода приобретал каждый пятый покупатель (18,7 %), а всего опыт покупок таких товаров имеют более трети всех белорусских клиентов интернет-магазинов (35,9 %), то есть более миллиона человек (табл. 12).

Главным фактором в выборе именно онлайн-покупки является общий стаж использования Интернета. Среди опрошенных, которые пользуются сетью более пяти лет, подавляющее большинство имеют опыт интернет-покупок [221].

Таблица 12

Распределение доли покупателей по категориям товаров по однократному опыту покупок, а также по опыту покупок за последние полгода

№	Категория	% от всех покупателей	% от всех покупателей за полгода
1	Техника для дома (бытовая, аудио- и видеотехника)	49,4	20,5
2	Одежда, обувь, сумки, др. аксессуары	35,9	18,7
3	Билеты на концерт в театр	33,4	17,9
4	Билеты на самолеты, поезда	32,6	15,8
5	Компьютеры, ноутбуки, принтеры и оргтехника	38,4	14,4
6	Портативная электроника (телефоны, фотоаппараты, видеокамеры, плееры, игровые приставки, электронные книги)	48,7	12,7

№	Категория	% от всех покупателей	% от всех покупателей за полгода
7	Товары для детей	26,0	12,3
8	Товары для дома, дачи и ремонта	28,7	12,2
9	Книги, канцелярские товары	27,4	11,4
10	Подарки, подарочные сертификаты, сувениры, заказ буклетов	20,6	8,7
11	Автозапчасти и аксессуары, в том числе авто/мотозапчасти, автозвук, шины/диски	19,5	8,3
12	Косметика и парфюмерия	17,4	8,3
13	Товары для спорта и туризма	19,7	7,5
14	Гостиницы, апартаменты, кемпинг и прокат автомобиля	15,9	7,0
15	Ювелирные украшения и бижутерия, часы	11,8	5,8
16	Продукты питания, напитки	10,9	4,9
17	Рукоделие и хобби, предметы коллекционирования	9,7	4,7
18	Программное обеспечение, игры	10,5	4,3
19	Мебель	10,9	4,3
20	Цифровой контент – покупка файлов или платная подписка на онлайн-сервисы с музыкой, фильмами, электронными книгами	10,6	4,2
21	Медицина (лекарства, мед приборы, оптика)	6,4	3,0
22	Диски с кино, музыкой, программным обеспечением, играми, аудиокнигами	10,2	3,0
23	Туры, путевки	9,1	2,9

Большинство пользователей считают, что Интернет – это в первую очередь низкие цены (61 %) и отсутствие необходимости куда-то идти (58 %). Несмотря на то, что респонденты могли отметить неограниченное количество суждений в этом вопросе, негативных ответов очень немного, менее 10 %. Основным стопором электронной торговли в стране является слабое предложение: небольшое количество магазинов со слабым ассортиментом и низким уровнем сервиса на всех этапах – от обработки заказа до доставки. По мере

роста качества и количества магазинов можно будет видеть постоянный и планомерный рост интернет-торговли в стране.

Бесспорно, что информация может являться одним из наиболее востребованных товаров. Благодаря современным медиасредствам «доступ к большим массивам информации стал легким, процесс тиражирования дешевым, а возможность информационного заимствования – анонимным» [222, с. 13]. Такая «информационная свобода» предлагает пользователю опасные условия – это информационное закабаление личности, навязывание неких догм, идеологий, шаблонов, стилей, норм и т. д. Процесс инкультурации в интернет-среде может проходить в идеологическом диктате, осуществлять коммуникацию в запланированном кем-либо смысловом поле ценностных ориентаций, навязывая и ограничивая формы информационного поведения личности.

Интернет занимает доминирующую позицию как источник информации в обыденной жизни и учебной деятельности современных студентов. В то же время интересно узнать, сколько времени респонденты проводят за компьютером в день.

По результатам исследования в Академии управления 3,3 % респондентов очной и 1,2 % заочной форм обучения компьютером не пользуются. Более 8 ч в день компьютер используют 30 % респондентов заочной формы обучения (табл. 13). Причина кроется в использовании компьютера и в профессиональной, образовательной, и в обыденной жизнедеятельности респондентов заочной формы получения образования.

Таблица 13

Результаты ответов на вопрос:

«Сколько времени вы проводите за компьютером в день?», %

Вариант ответа	Очная форма	Заочная форма	Заочная дистанционная	Всего
Компьютером не пользуюсь	3,3	1,2		1,8
1–3 ч	23,8	23,0	16,2	22,1
3–5 ч	41,1	21,8	37,8	32,3
5–8 ч	28,5	23,0	24,3	25,4
8 ч и более	3,3	30,9	21,6	18,5

В среднем от 3 до 5 ч в день проводят 32,3 % опрошиваемых (рис. 29).

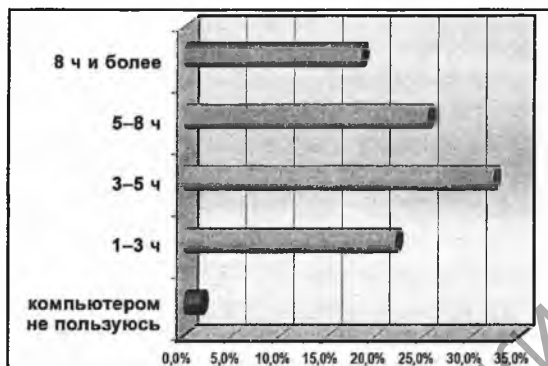


Рис. 29. Распределение ответов на вопрос: «Сколько времени вы проводите за компьютером в день?»

По данным Белорусского статистического комитета социальные сети как способ общения используют 71,7 % пользователей Беларуси [223].

Ежедневное проведение времени за компьютером предопределяет следующий вопрос о физико-психологическом состоянии респондентов. Около 50 % респондентов (суммируя положительные ответы) всех форм получения образования отмечают, что чувствуют усталость при работе с компьютером, около 26 % – испытывают психологический дискомфорт или раздражение. Наиболее высокий процент усталости, психологического дискомфорта и раздражения присутствует в ответах респондентов заочной дистанционной формы получения образования (табл. 14).

Таблица 14

Результаты ответов респондентов Академии управления на вопрос: «Чувствуете ли вы усталость, психологический дискомфорт или раздражение при работе с компьютером?», %

Вариант ответа		Очная форма	Заочная форма	Заочная дистанционная	Всего
Усталость	Да	20,5	12,7	36,5	20,3
	Скорее да	33,8	26,1	25,7	29,0
	Скорее нет	24,5	28,5	17,6	24,9
	Нет	21,2	29,7	17,6	24,1
	Затрудняюсь ответить	–	2,4	2,7	1,5
	Нет ответа	–	0,6	–	0,3

Вариант ответа		Очная форма	Заочная форма	Заочная дистанционная	Всего
Психологический дискомфорт	Да	1,3	1,8	4,1	2,1
	Скорее да	15,9	9,1	20,3	13,8
	Скорее нет	33,8	27,3	31,1	30,5
	Нет	48,3	58,8	40,5	51,3
	Затрудняюсь ответить	0,7	2,4	4,1	2,1
	Нет ответа	–	0,6	–	0,3
Раздражение	Да	2,6	2,4	5,4	3,1
	Скорее да	7,9	7,3	12,2	8,5
	Скорее нет	31,1	21,2	25,7	25,9
	Нет	58,3	63,6	47,3	58,5
	Затрудняюсь ответить	–	4,8	9,5	3,8
	Нет ответа	–	0,6	–	0,3
	Другое	1,3	4,2	6,8	3,6
	Нет ответа		0,6		0,3

Информационный избыток, не позволяющий личности осуществлять рациональный выбор, манипулирование ее сознанием, распространение мыслительных и поведенческих стереотипов – и как итог идеологическая рассеянность, сомнения в моральных и поведенческих установках, спонтанные и импульсивные с малой степенью осознанности цели и возможных последствий действия, непонимание своей роли и значения в обществе и т. д.

Ученые подтверждают, что увеличилось количество людей, у которых при взаимодействии с компьютером появляется эмоци-

нально-психологический дискомфорт, который может трактоваться как «боязнь компьютера», «техностресс», «компьютерная тревожность». Различные симптомы компьютерной тревожности испытывают от 25 до 58 % людей, получающих высшее образование.



Исследования компьютерной тревожности позволили выявить связь с демографическими параметрами. Так, например, установлено, что пользователи старшего возраста подвержены компьютерной тревожности в большей степени, нежели молодые. Значимыми оказываются опыт и частота использования компьютера в жизнедеятельности. Были выявлены некоторые гендерные различия, в частности установлено, что у женщин в среднем уровень компьютерной тревожности выше, чем у мужчин, но они при этом более охотно обсуждают ее причины и возможности «излечения» [224, с. 324].

Кроме этого, к числу вредных факторов специалисты относят постоянный электромагнитный фон, окружающий нас в современном техногенном мире. По оценке Всемирной организации здравоохранения, 1,1 млрд молодых людей в мире могут быть подвержены риску потери слуха. Среди подростков и молодых людей в возрасте 12–35 лет в странах со средним и высоким уровнем дохода почти 50 % слушают музыку на персональных аудиоустройствах (MP3-плееры и смартфоны) с небезопасными уровнями громкости, около 40 % подвергаются воздействию потенциально вредных уровней звука в ночных клубах, дискотеках и барах. Все большее беспокойство вызывает растущий уровень воздействия громких звуков в культурно-развлекательных и спортивных учреждениях, таких как ночные клубы, дискотеки, пабы, бары, кинотеатры, концертные залы, стадионы и даже фитнес-центры. Современные технологии становятся все более распространенными, и зачастую такие устройства, как аудиоплееры, используются для прослушивания музыки с небезопасными уровнями громкости в течение продолжительного времени. Регулярное воздействие громких звуков создает серьезную угрозу развития необратимой потери слуха [225].

Согласно данным за 2013 г., число заболевших онкологическими заболеваниями увеличилось в среднем на 20 % за последние 10 лет. Многие симптомы онкологических заболеваний «мимикрируют» (т. е. маскируются) под обычные недомогания и не имеют своей специфики. Фактор использования на протяжении продолжительного времени приборов с электромагнитным фоном (компьютеров, сотовых телефонов, гаджетов, игровых приставок, навигаторов и т. д.) имеет негативное воздействие на человеческий организм и влияет на его здоровье [227].



Гаджет (англ. *gadget* – «приспособление, прибор»); согласно правилам английского языка можно читать как «гэджет» или «гад-жет») – периферийное устройство, выполняющее ограниченный круг задач (специализированное), отличающееся малыми размерами, подключаемое по стандартизированному интерфейсу к более сложным

устройствам: ПК, КПК или смартфонам – и неспособное работать в автономном режиме. В общем случае – приспособление, прибор, расширяющий функциональность устройства.

Появление и функциональный потенциал гаджетов описываются в произведениях киберпанка как подключаемые разъемы нейрокомпьютерного интерфейса.

Примером реальных гаджетов могут служить внешние GPS на смартфонах и КПК с интерфейсами USB и MMC (с соответствующим программным обеспечением). Самоделки, подключаемые к коммуникационному, вычислительному и прочему оборудованию, являются гаджетами по определению. Синонимом слова «гаджет» может быть «примочка», то есть устройство дисторшин для электрогитары вправе именоваться гаджетом.

В программном обеспечении гаджет (также применяется термин «виджет», терминология программ этого класса размыта) – небольшое приложение, предоставляющее дополнительную информацию, например прогноз погоды или курс валют. Типичными примерами гаджетов как мини-приложений являются Google Gadgets (существуют варианты для боковой панели Google Desktop и для персональной страницы iGoogle), мини-приложения для боковой панели операционной системы Windows Vista и аналогичные мини-приложения Windows 7, а также гаджеты SideShow на совместимых устройствах.

iPhone – линейка четырехдиапазонных мультимедийных смартфонов, разработанная корпорацией Apple. Смартфоны совмещают в себе функциональность плеера iPod, коммуникатора и интернет-планшета. Работают под управлением операционной системы



Apple iOS, представляющей собой упрощенную и оптимизированную для функционирования на мобильном устройстве версию Mac OS X. История возникновения iPhone связана с появлением популярного плеера iPod. В период 2002–2004 гг. директор Apple С. Джобс стал разрабатывать идею создания устройства, способного объединить в себе все гаджеты, которые людям приходилось носить по отдельности: мобильный телефон, плеер, КПК. Эту нишу могли занять появившиеся в то время и набиравшие популярность смартфоны. Впервые iPhone был анонсирован С. Джобсом на конференции MacWorld Expo 9 января 2007 г. В продажу поступил 29 июня 2007 г. и быстро завоевал существенную часть рынка смартфонов в США. 12 сентября 2012 г. компания представила очередное обновление – iPhone 5. Эта модель имела более высокий экран (диагональ экрана 4 дюйма против 3,5 у всех предыдущих), что является самым существенным изменением внешнего вида с начала его производства. Также была представлена iOS 6.

Смартфон. разговорное «смартофон» (англ. smartphone – умный телефон) – мобильный телефон, сравнимый с карманным персональным компьютером (КПК). Также для обозначения некоторых устройств, совмещающих функциональность мобильного телефона и КПК, часто используется термин «коммуникатор».

Коммуникатор (англ. communicator, PDA phone) – карманный персональный компьютер, дополненный функциональностью мобильного телефона.

Смартфоны и коммуникаторы отличаются от обычных мобильных телефонов наличием достаточно развитой операционной системы, открытой для разработки программного обеспечения сторонними разработчиками (операционная система обычных мобильных телефонов закрыта для сторонних разработчиков). Установка дополнительных приложений позволяет значительно улучшить функциональность смартфонов и коммуникаторов по сравнению с обычными мобильными телефонами.

Однако в последнее время граница между «обычными» телефонами и смартфонами все больше стирается, новые телефоны

(за исключением самых дешевых моделей) давно обзавелись функциональностью, некогда присущей только смартфонам, например, электронная почта и HTML-браузер, а также многозадачностью. Термин же «коммуникатор» используется в основном как синоним для смартфона.

Часто встречается достаточно близкое к истине полушутливое определение, что смартфон – это «движение от телефона к КПК», а коммуникатор, соответственно, – «движение от КПК к телефону».

Несмотря на высокий процент респондентов, которые испытывают усталость и психологическое напряжение при работе с компьютером, на вопросы, связанные с проведением досуга или видом отдыха, 34,6 % респондентов предпочитают свой досуг проводить за компьютером (рис. 30).

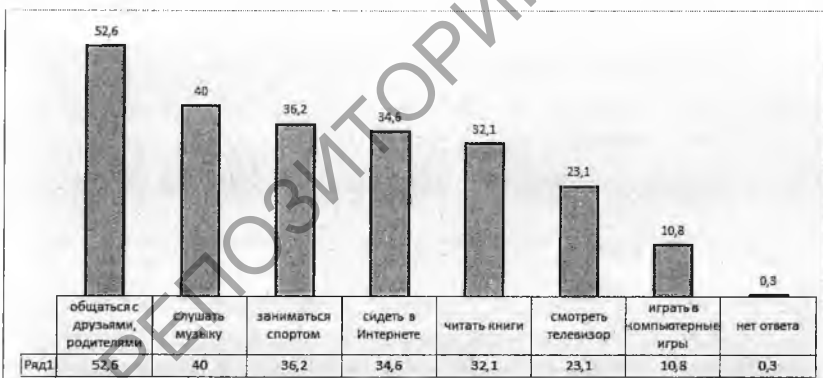


Рис. 30. Распределение ответов на вопрос: «Какой вид отдыха вы предпочитаете?»

Причем 73,8 % респондентов среди ряда предложенных вариантов свой вечер чаще всего проводят за компьютером. Это второй по значимости ответ после общения с друзьями и родителями (табл. 15).

Таблица 15

Результаты ответов на вопрос: «Как часто вы по вечерам...», %

Вариант ответа		Очная форма	Заочная форма	Заочная дистанционная	Всего
Смотрите телевизор	часто	15,9	29,7	24,3	23,3
	редко	60,3	53,3	58,1	56,9
	никогда	23,2	17,0	17,6	19,5
	нет ответа	0,7	—	—	0,3
Занимаетесь спортом	часто	28,5	26,7	27,0	27,4
	редко	57,6	49,7	60,8	54,9
	никогда	13,9	23,6	12,2	17,7
Готовитесь к учебным занятиям	часто	57,0	26,1	44,6	41,5
	редко	37,1	64,8	50,0	51,3
	никогда	6,0	9,1	5,4	7,2
Сидите за компьютером, в Интернете	часто	83,4	66,7	70,3	73,8
	редко	14,6	30,9	29,7	24,4
	никогда	2,0	2,4	—	1,8
Читаете	часто	45,0	33,9	31,1	37,7
	редко	46,4	55,2	59,5	52,6
	никогда	7,9	10,9	9,5	9,5
	нет ответа	0,7	—	—	0,3
Слушаете музыку	часто	68,9	49,1	44,6	55,9
	редко	27,2	44,8	50,0	39,0
	никогда	4,0	6,1	5,4	5,1
Работаете (подрабатываете)	часто	13,9	52,7	47,3	36,7
	редко	39,7	30,9	36,5	35,4
	никогда	46,4	16,4	16,2	27,9
Общаетесь с друзьями, родителями	часто	85,4	69,7	81,1	77,9
	редко	14,6	30,3	18,9	22,1

Высокий показатель интернет-пользователей подтверждают и результаты социологического исследования Информационно-аналитического центра при Администрации Президента Республики Беларусь. Сегодня Интернетом пользуются 62,2 % совершеннолетних белорусов,

при этом подавляющее большинство пользователей (85,1 %) заходят в сеть практически ежедневно.

Среднестатистический интернет-пользователь Республики Беларусь – это молодой человек в возрасте до 30 лет с неполным высшим образованием, выходящий в сеть с помощью персонального компьютера или ноутбука и проводящий там от одного до трех часов в сутки. Увеличилось количество пользователей (в среднем на 5 % по сравнению с 2013–2014 г.), использующих смартфоны для интернет-серфинга, при этом пользоваться «умными» гаджетами предпочитают люди от 16 до 40 лет (в среднем по 25,3 %) и мужчины (23,3 %) вне зависимости от образования и места проживания. Если рассматривать планшеты, то ими чаще пользуются респонденты до 40 лет (в среднем по 21,4 %), со средним образованием (23,8 %), проживающие, как правило, в городах, а не в селах (19,1 и 7,9 %) [227, 228].

Виртуальные компьютерные игры как элемент повседневности используют около 50 % опрошенных. Эксперты считают, что благодаря высокому интересу белорусов к компьютерным и видеоиграм Беларусь может выбиться в передовики по импорту и потреблению цифровых развлечений. Как результат, в Минске появились представительства знаменитых игровых студий и корпораций *Sony* и *Microsoft*.

По разным оценкам, сегодня в Беларуси играют в компьютерные и видеоигры от полутора до двух миллионов человек [226, 227]. Проведение олимпиад, республиканских конкурсов по разработке компьютерных игр патриотической направленности [229], выставок «Прорыв в будущее» – это комплекс мероприятий, направленных на выявление и поддержку талантливых детей и молодежи, создание условий для стимулирования интереса учащихся к сфере ИКТ как средству интеллектуального досуга и развития, это широкая популяризация занятий компьютерным творчеством в учреждениях образования, становление элементов профессиональной компетентности на основе использования современных компьютерных технологий, а также создание условий для формирования кадрового резерва для развития программного обеспечения.

Чем же привлекают компьютерные игры? Около 37 % пользователей с помощью компьютерных игр расслабляются, 20,3 % проводят свободное время, 12,8 % – повышают свой интеллектуальный уровень (табл. 16).

**Результаты ответов на вопрос:
«Чем вас привлекают компьютерные игры?», %**

Вариант ответа	Очная форма	Заочная форма	Заочная дистанционная	Всего
Повышают интеллектуальные способности	12,3	17,6	5,3	12,8
Погружают в виртуальный мир	7,4	7,4	5,3	7,0
Помогают расслабиться	29,6	36,8	50,0	36,4
Помогают «убить время»	22,2	20,6	15,8	20,3
Дают почувствовать азарт	17,3	7,4	2,6	10,7
Не могу ответить	11,1	8,8	21,1	12,3
Нет ответа	–	1,5	–	0,5

Таким образом, в определенном смысле медиасредства воспринимаются и используются в современной жизнедеятельности как инструменты медиапространства. Их количество и разнообразие преобладают над возможностями простых потребителей не только отследить появление новинок на медиарынке, но и ознакомиться с их техническими и функциональными характеристиками, вопросом нужности и востребованности в своей жизнедеятельности. Тенденция такова, что в Беларуси все больше жителей пользуются Интернетом. С каждым годом мобильные гаджеты (смартфоны и планшеты) завоевывают рынок медиапространства, растет процент их пользователей. Для многих Интернет рассматривается как источник информации, образовательной деятельности или работы, а также как «место» для общения или отдыха. При этом с 2011 г., согласно данным ИАЦ, все больше людей обращают внимание, на то, что в Интернете необходимо регулировать и ограничивать некоторые информационные потоки.

Результаты исследования подтверждают нашу гипотезу о том, что *темпы развития конвергентных медиатехнологий опережает способность приобретения и использования потребителями тех медиасредств, которые с каждым годом все больше и больше появляются на рынке.* Неоспоримо, что медиасредства расширяют возможности личности для самоорганизации, понижают риски и излишнюю тра-

ту ресурсов, участвуют в регулировании потоков информации. Это своего рода «помощники-указатели»: когда, куда и где можно найти нужную информацию, через какого посредника (средство) ее передать и что с ней делать дальше. Однако использование медиасредств в современной жизнедеятельности может иметь и негативную сторону, воздействовать не только на психологическое состояние, но и серьезно влиять на здоровье, развивать симптомы несостоятельности, неуверенности, «компьютерной тревожности», «техностресса». Фактор владения технологическими медиасредствами становится условием социального статуса личности. *Человек, не использующий в своей жизнедеятельности медиасредства, вызывает ощущение несостоятельности или некомпетентности.* Опыт и частота их использования являются своего рода индикатором физического, психологического и эмоционального состояния личности, оказывают влияние на ее самооценку, активность и восприятие окружающей действительности.

По результатам, представленных исследований, из основных медиасредств, пользующихся наибольшей популярностью, респонденты всех форм получения образования выбрали компьютер (ноутбук) и сотовый телефон, их отсутствие вызывает неудобства и психологический дискомфорт. И это неудивительно: основной принцип интеграции, заложенный в информационных и коммуникационных технологических платформах, объединяет функции и технические возможности в одном устройстве (компьютере, ноутбуке, сотовом телефоне), обеспечивает накопление, хранение и передачу ими содержательных (информационных) продуктов. Мобильная связь трансформирует саму модель общения, сжимая, сокращая сообщение, вводя шаблонность мысли.

Девиз новых медиасредств – демократичность и прозрачность. «Появление новейших форм действенного соучастия – посредством интерактивной техники – “вырывает” личность из воспринимающей массы. Расширяются границы не столько “переполненности” внимания, сколько функциональных групп зрительского интереса. Характер их интеграции влияет на сплоченность общества, в том числе на социально-политическую обстановку, порождает новую ориентированность социума» [230, с. 105]. Наблюдается смешение в едином потоке различных видов информации и способов коммуникативного

взаимодействия. Объединяясь, они формируют единое культурное пространство в рамках современного медиапространства Беларуси.

Стремительное развитие и распространение «новых» медиа-средств, вошедших в жизненное пространство каждого человека, трансформирует многие стороны его жизни. Результаты исследования подтверждают, что адаптация личности в этих условиях кардинально отличается от ее предшествующих форм. Техническая амбивалентность, с одной стороны, проявляется в активизации интеллектуальной деятельности личности, а с другой, – является отправной точкой формирования и развития его ценностно-целевых позиций в современном авторитарном информационно-коммуникативном пространстве медиа Республики Беларусь.

3.2.2. Медиапространство и личность: механизмы взаимодействия

Становление и развитие личности в условиях современного белорусского медиапространства стали реализовываться в двух кардинально разных, но взаимосвязанных пространствах – реальном и виртуальном. Категории «время» и «расстояние» приобрели другое понимание.

Виртуальная реальность, так или иначе, является отражением действительной. Компьютерные технологии создают параллельную среду существования человека, которая в свою очередь трансформирует другие пространства его существования: коммуникации, социальные отношения, образование и т. д. Измененная информационная среда выступает альтернативой действительной реальности. Термин «виртуальный» используют как в компьютерных технологиях (виртуальная память), так и в других сферах: квантовой физике (виртуальные частицы), теории управления (виртуальный офис, виртуальный менеджмент), психологии (виртуальные способности, виртуальные состояния) и т. д.

Виртуальное в роли естественнонаучного понятия получило широкое распространение в XX в., когда была создана квантовая теория. Понятие искусственной реальности введено М. Крюгером в конце 1960-х гг.



М. Крюгер (M. Krueger; род. в 1942 г. в г. Гэри, штат Индиана, США) – компьютерный художник, разработчик ранних интерактивных художественных произведений. Пионер в области исследования виртуальной реальности. Работал над большим числом различных интерактивных произведений искусства во время изучения информатики в Висконсинском университете.

На рубеже XX–XXI вв. понятие «виртуальный» стало завоевывать позиции в психологии, педагогике, искусстве и т. д. С развитием компьютерной техники и сетей появились понятия «виртуальная машина», «виртуальная память», «виртуальные приборы». Историческая трансформация содержания понятий «виртуальное» и «реальное» передала все множество интерпретаций и привела к сочетанию «виртуальная реальность».

Понятие «виртуальная реальность» было введено в 1984 г. и принадлежит ученому-кибернетику, одному из первых исследователей в области виртуальной реальности, основателю компании VPL Research (США) Дж. Ланьеру.



Дж. Ланье (J. Lanier; род. 3 мая 1960 г., Нью-Йорк, США) – ученый в области визуализации данных и биометрических технологий, автор термина «виртуальная реальность». Футуролог, популяризатор, композитор, концептолог, философ, дид-жерати. Энциклопедия Британника включила его в список 300 крупнейших изобретателей в истории человечества.

В самом начале 1980-х гг. он основал VPL Research – первую в мире компанию, которая занималась разработкой и продажей технологий виртуальной реальности. В 1983 г. Дж. Ланье изобрел сенсорные перчатки (datagloves). В конце 1980-х гг. он возглавил группу специалистов, разработавших и воплотивших в жизнь

систему виртуальной реальности, к которой одновременно могли быть подключены несколько человек. Как и подобает всякому оригинальному мыслителю, Дж. Ланье – яркая, неординарная личность. Работой в сфере высоких технологий его деятельность далеко не исчерпывается. Начиная с конца 1970-х гг. он получил известность как музыкант-исполнитель, а чуть позже – и как композитор, сочиняющий камерную и симфоническую музыку. В последнее время Дж. Ланье стал использовать электронные инструменты и размышлять о возможности связать музыку и свое наибольшее достижение – виртуальную реальность. Занимаясь разработкой систем виртуальной реальности, ученый столкнулся с проблемой высококачественной визуализации графических образов. Со временем эта проблема была решена, когда появились цветные дисплеи высокого разрешения, разработанные не без его участия, и достаточно мощные компьютеры для качественного рендеринга (такие как *Опук* и *Octet* от SGI). Но интерес Ланье к компьютерной графике сохранился. Для него это была очередная форма самовыражения. Сейчас его рисунки и картины, созданные исключительно с помощью компьютера, выставлены во многих музеях и картинных галереях США и Европы.

По его определению «виртуальная реальность» – это иммерсивная и интерактивная имитация реалистичных и вымышленных сред, т. е. некий иллюзорный мир, в который погружается и с которым взаимодействует человек, причем создается этот мир имитационной системой, способной формировать соответственные стимулы в сенсорном поле человека и воспринимать его ответные реакции в моторном поле в реальном времени [231].

Некоторые исследователи понимают под виртуальностью созданную компьютерными средствами трехмерную искусственную среду. В частности, М. Кастельс предлагает понимать под «виртуальной реальностью» реальность, полностью погруженную в виртуальные образы, выдуманный мир [74].

Российский исследователь Н. А. Носов, основатель лаборатории виртуалистики [232–234], благодаря которому в науке сложилось новое междисциплинарное направление, объединяющее физическую, социальную, техническую, психическую и биологическую природу происхождения виртуальной среды в понятие «техническая виртуальная реальность».



Н. А. Носов (18 февраля 1952 – 10 января 2002 г.) – родоначальник виртуальной психологии и один из создателей российской школы виртуалистики.

Окончил факультет психологии МГУ и там же аспирантуру. Защитил кандидатскую диссертацию в 1981 г. («Анализ спорадических ошибок оператора и способы их предупреждения»). В 1994 г. в Специализированном совете Всероссийского научно-исследовательского института технической эстетики защитил докторскую диссертацию («Психология виртуальных реальностей и анализ ошибок оператора»). Получил звание профессора. После защиты кандидатской диссертации работал в различных научно-исследовательских институтах Москвы. В 1990 г. поступил на работу во Всесоюзный межведомственный центр наук о человеке, созданный И. Т. Фроловым и руководимый В. П. Зинченко.

В 1991 г. на базе Центра был создан Институт человека РАН, в котором была организована Лаборатория виртуалистики, с 1997 г. преобразованная в Центр виртуалистики под руководством А. Н. Носова.

С появлением технической виртуальной реальности открылись новые способы и механизмы реализации процесса инкультурации. Рассмотрим некоторые изменения в отраслях социального взаимодействия (экономической, образовательной, здравоохранения, науки, культуры), которые в наибольшей степени трансформированы условиями медиапространства, влияющими на развитие процесса инкультурации посредством инновационных механизмов, форм, средств и т. п.

Как отмечает А. В. Абельцев: «Корень виртуализации экономики состоит в том, что экономические феномены формируются теперь изначально в сознании человека, а не в реальной действительности, а новые информационные технологии позволяют придать ментальным факторам немислимую прежде силу, спроецировать их взаимодействие на реальный мир до такой степени, что, по сути, формируются две экономики: “настоящая” и “искусственная”, в которой экономическая реальность предстает в виде некоторых информаци-

онных инструкций, иногда вообще не обусловленных состоянием и тенденциями “настоящей экономики”» [235].

Специалисты считают, что вклад информационных технологий в экономический рост зависит от технологий полупроводниковых чипов – их стоимости и доступности. Благодаря прогрессу технологий в их производстве улучшилось качество в секторе ИТ, это сказалось прежде всего на количестве операций, которые может выполнять компьютер за одну секунду. Индустрия их производства добилась значительного прогресса: размер чипа с 1969 г. к 2012 г. уменьшился в 450 раз [236]. Производство чипов росло, но стоимость их снижалась, что привело к удешевлению компьютеров, мобильных устройств и др. оборудования. Финансовая отдача от информационных технологий сегодня в Республике Беларусь уже такая же, как от крупной отрасли белорусской промышленности со столетней историей. И это только начало: первые предприятия парка были зарегистрированы всего 7 лет назад [237].

Экономическая сфера использования виртуального пространства в современной Беларуси модернизировала формы организаций и увеличила количество субъектов рынка.

Появились виртуальные банки, бизнес-инкубаторы, логистические центры, виртуальные институты, справочные службы, консультативные центры, виртуальные биржи, офисы, магазины и т. д. Сегодня внешнеэкономическая сфера в виртуальном пространстве представлена такими понятиями, как электронный рынок, электронная коммерция, виртуальная корпорация, виртуальное производство и т. д. [238].

Статистика показывает динамику использования ИКТ в различных организациях Республики Беларусь (табл. 17).

Таблица 17

Процент (%) использования ИКТ в организациях

Организации, использующие	2013	2014	2015
Локальную вычислительную сеть	73,7	76,4	78,6
Интернет	94,6	96,8	97,5
Интранет	18,1	18,4	21,5
Экстранет	5,9	5,3	7
Организации, имеющие веб-сайт	50,2	51,2	57

В современном белорусском медиапространстве появились виртуальные товары и услуги, виртуальные кошельки и деньги, например, электронные деньги *belqi* [239]. С помощью электронных денег можно оплачивать работы, услуги, сервисы практически с любого экрана – через компьютер, смартфон, планшет, в любое время и без привязки к пластиковым карточкам. Одним из серьезных плюсов новой системы электронных платежей является легкость осуществления финансовых операций: для открытия кошелька не надо идти в банк – можно создать его самостоятельно и анонимно.

Поменялся механизм выбора и приобретения товаров. Достаточно зайти в интернет-магазин, сделать заказ, оплатить через электронный кошелек, и товары будут доставлены. Виртуальная экономика предложила использование пластиковых карточек, электронных денег, электронных подписей.

Одним из этапов информатизации Республики Беларусь явилось внедрение в налоговых органах электронного декларирования, возможность взаимодействия плательщиков и налоговых органов с использованием интернет-технологий. Создана система электронного декларирования (СЭД) налоговых органов, благодаря чему с 2013 г. создан «Личный кабинет плательщика», через который в режиме запроса есть возможность оперативно получать сведения, формируемые автоматизированно, без участия работника налогового органа (об излишне уплаченных платежах в бюджет, проведенных налоговым органом зачетах платежей, о наличии задолженности и др.). Причем эти сведения можно получить находясь в любой точке мира, где есть доступ в Интернет [240].

По прогнозам специалистов, к 2025 г. экономический эффект от уже существующих технологий трансформирует устои рынка труда. Имеются в виду технологии, которые обладают *созидательным* и одновременно *разрушительным* потенциалом – это прежде всего различные приложения мобильного Интернета и новых методов автоматизации труда.

Число пользователей Интернета в мире увеличится на 3,5 млрд, из них 2 млрд получают доступ к нему благодаря мобильным устройствам (рис. 31).

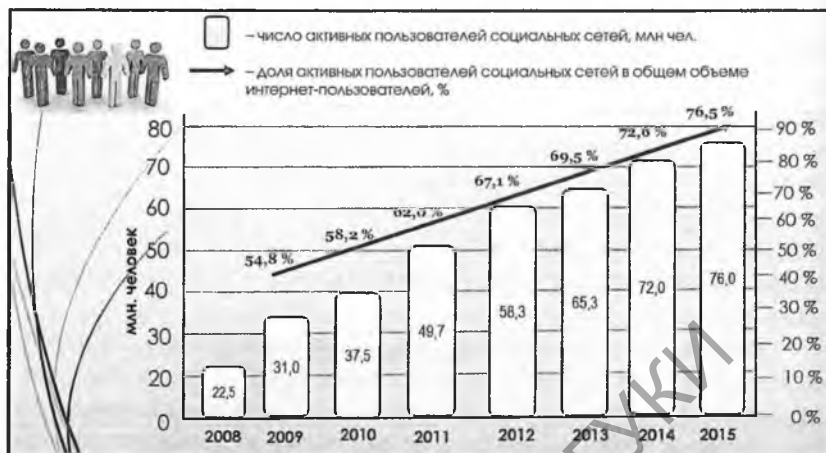


Рис. 31. Количество и активность числа пользователей социальных сетей Интернет

Многие задачи типичного работника умственного труда к 2025 г. начнут поддаваться автоматизации. Технические устройства уже сегодня сортируют огромное количество информации, могут интерпретировать человеческую речь и понимать команды, а также воспринимать действия и намерения людей. Это позволит преподавателям, медицинским работникам, инженерам, менеджерам, финансистам, администраторам переложить значительную часть служебных обязанностей на вычислительные устройства, а в некоторых случаях – полностью заменить людей компьютерами. Содержание работы от 110 млн до 140 млн работников умственного труда во всем мире может поменяться [241].

Информатизация и повсеместное введение инновационных технологий способствовали тому, что в трудовой сфере Республики Беларусь появились гибкие, нестандартные формы занятости, например дистанционный (дистантный) труд, что нашло отражение в Программе деятельности Правительства Республики Беларусь на 2011–2015 годы, утвержденной постановлением Совета Министров Республики Беларусь от 18 февраля 2011 г. № 216 и в Директиве Президента Республики Беларусь от 31 декабря 2010 г. № 4 «О развитии предпринимательской инициативы и стимулировании деловой активности в Республике Беларусь» [242; 243].

Понятие «дистантный», согласно «Толковому словарю русского языка», означает «совершаемый на расстоянии» [244].

К работникам которые могут выполнять свои трудовые функции дистанционно, относятся программисты, юристы, журналисты, редакторы, переводчики и пр. По сложившейся практике к нестандартным формам занятости, помимо дистанционного труда, относят надомную работу и фриланс. Главное отличие фриланса от дистанционного труда в том, что фрилансеры осуществляют свою деятельность на основании гражданско-правового договора, т. е. трудовые отношения с заказчиком и вытекающие из них гарантии, предоставляемые работникам трудовым законодательством, отсутствуют [245, с. 3].

Одним из новых способов организации информационно-коммуникативной инфраструктуры в виртуальном пространстве является *IT-аутсортинг*.

IT-аутсортинг можно определить как *организационное решение по передаче сторонней организации (подрядчику) некоторых бизнес-функций или частей бизнес-процесса предприятия* [246, с. 108]. Другими словами, *IT-аутсортинг* – это *IT-услуги*, участвующие в решениях следующих задач:

- обслуживание *IT-инфраструктуры* организации;
- проектирование и планирование автоматизированных систем;
- развитие и сопровождение *IT-систем*.

Важнейшим достоинством *IT-аутсортинга* является многоуровневый характер функциональных возможностей, а также снижение издержек на содержание *IT-отделов* и специалистов, построение эффективной системы информационной безопасности, разделение ответственности, снижение рисков за

счет высокой квалификации специалистов и большого опыта в реализации разных проектов.

Диапазон использования услуг *IT-аутсортинга* может быть достаточно широким – это высокий уровень в решении программного обеспечения, сопровождение, поддержка, анализ, исследование, помощь в созда-



нии концепции, проектирование, составление документации, тестирование, контроль качества, аудит, подключение к сети Интернет с возможностью организациям единой корпоративной политики информационной безопасности и многое другое.

Вместе с тем возможность использования ИТ-аутсорсинга предполагает упрощение процедур, быстроту принятия решений и согласований документов, создание или реинжиниринг процессов управления бизнес-аналитикой, распределение функций управления между структурными подразделениями и регламентирование взаимодействий между ними, возможности для повышения профессиональной активности сотрудников.

Информатизация отрасли здравоохранения и создание автоматизированной системы информатизации (АИС), а также функционирование единой республиканской консультативной телемедицинской сети организаций здравоохранения Республики Беларусь позволило обеспечить внедрение в отрасль электронного формата медицинской документации. Создать единую телемедицинскую систему цифровых баз данных учета контроля заболеваний, диспансеризации, флюорографии и т. д.

В здравоохранении республики действует 1-я очередь единой республиканской системы телемедицинского консультирования, охватывающая основные РНЦ, областные и районные организации здравоохранения в наиболее пострадавших от последствий Чернобыльской катастрофы регионах Брестской, Гомельской и Могилевской областей. В настоящее время работы по развитию системы ведутся в рамках подпрограммы «Электронное здравоохранение» Национальной программы ускоренного развития услуг в сфере информационно-коммуникационных технологий на 2011–2015 годы [247].

Инкультурация и образование – неразрывно взаимосвязанные процессы для развития личности. В современном медиaprостранстве Республики Беларусь динамично развиваются цифровые технологии обучения, предлагая формы непрерывного, индивидуально-ориентированного, гибкого и динамичного процесса. Цифровые технологии не статичны, их оборудование и функции постоянно совершенствуются, заставляя личность обновлять свои знания и практиковать навыки. Использование в процессе обучения таких медиасредств, как компьютер, ноутбук, планшет, смартфон, электронные книги и т. д.

меняет формы и методики обучения, цели и задачи, их организации и пути решения.



Рис. 32. Медиасредства в образовательном процессе

Среди современных технологий и методов обучения в условиях медиапространства выделяют *e-learning* – дистанционную форму, к неформальным методам относят *social networks* – социальные сети, *e-coaching* – коучинг онлайн, корпоративные блоги, *wikis* – онлайн-библиотеки.

Развитие технологий WAP или GPRS привело к обучению посредством мобильных телефонов, коммутаторов, устройств i-Pad, карманных компьютеров и т. д. – *mobile learning*.

В 2014 г. был издан доклад компании *Docebo* (www.docebo.com), ведущего провайдера в мире по обеспечению программами в системе облачных обучающих онлайн-решений. В частности, в докладе освещаются перспективы непрерывного образования, растущий рынок онлайн-образования. Сделаны выводы о росте рынков онлайн-образования в различных регионах, а также о том, что в целом глобальный рынок онлайн-образования растет. Ежегодный рост с 2012 г. по 2016 г. составил 7,9 %, а в денежном выражении дал 51,5 млрд долл. (рис. 33). Следует отметить, что самыми развитыми были рынки программного обеспечения для разных ступеней образования в США и Западной Европе с наибольшей интенсивностью создания и использования приложений для онлайн-обучения, начиная от программ обучения K12 (детский сад и школа) и заканчивая программами для корпоративного обучения.

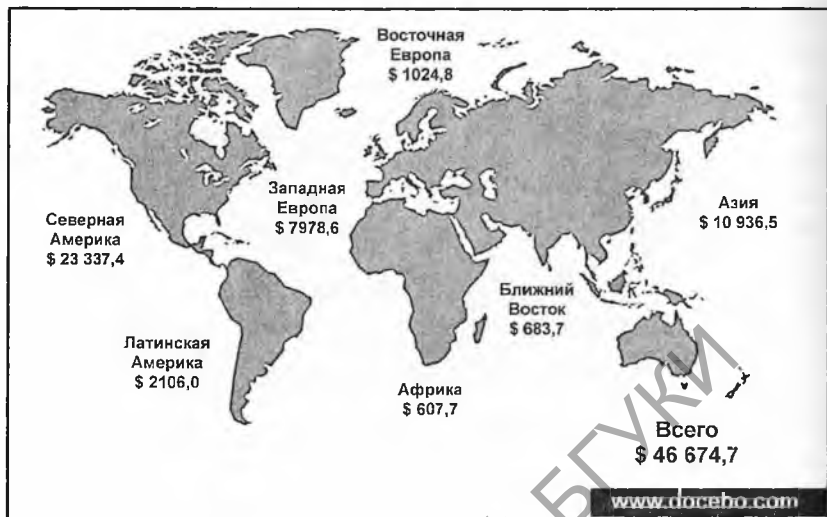


Рис. 33. Динамика рынка онлайн-образования в млн долл. США

Лидером на мировом рынке дистанционного обучения безусловно можно назвать США, которые являются первопроходцем в области дистанционного образования. В 1987 г. году была основана первая некоммерческая Американская ассоциация дистанционного образования USDLA, назначением которой стало удовлетворение растущих потребностей в области образования и профессиональной подготовки учебных сообществ через новые концепции слияния коммуникационных технологий с обучением, а также поддержка исследований, разработок и практик в области дистанционного обучения [248].

На протяжении последних лет в национальной системе образования сформировался целый ряд интегрированных баз данных на основе «облачных технологий», которые стали эффективным инструментом предоставления информационных сервисов.

Широкомасштабное внедрение в систему образования Республики Беларусь облачных технологий имеет стратегический характер. Их применение помогает решить основные задачи:

- возможность использования современных программных средств, компьютерной инфраструктуры, электронных образовательных ресурсов и сервисов;

- снижение затрат на построение локальных информационных инфраструктур за счет эффективного использования вычислительных ресурсов.

Миграция к облачным технологиям упрощает механизмы, сокращает путь и меняет приоритеты в медиапространстве, предлагая новые элементы искусственного интеллекта. Современная концепция облачных вычислений включает в себя несколько обязательных признаков:

- самообслуживание – пользователь самостоятельно изменяет характеристики предоставляемых ему услуг (время, объем дискового пространства);
- универсальный доступ по сети – возможность использования любого терминального устройства (домашний или рабочий компьютер, ноутбук, планшет, смартфон и т. д.);
- объединение ресурсов – поставщик услуг объединяет аппаратные ресурсы в единую вычислительную систему;
- эластичность – возможность предоставить, расширить или сузить услуги. Значительную роль здесь играют технологии виртуализации (перенос аппаратных ресурсов с одного сервера на другой в случае перегрузки);
- учет потребления – контроль поставщика за фактически использованными ресурсами.



Так, в 2012 г. Министерством образования проводилось исследование возможностей использования облачной системы информационного обеспечения учебного процесса «Дневник.ру».

Начиная с 2010 г. в вузах Республики Беларусь внедрены пластиковые студенческие билеты на основе смарт-карт. Относительно небольшое число вузов и их достаточно развитая информационная инфраструктура позволили внедрить автономные программные комплексы изготовления студенческих билетов непосредственно в высших учебных заведениях. Масштабирование данного проекта с целью внедрения билетов учащихся для учеников общеобразовательных школ, уча-

щихся средних специальных учебных заведений потребует создания централизованной и в то же время очень гибкой программной системы учета, изготовления и использования пластиковых документов на основе облачной технологии. В конечном итоге можно прогнозировать уже в ближайшем будущем переход от автономных систем управления учебным процессом, функционирующих в локальных сетях вузов, к централизованным «облачным» системам [249, с. 5].

Благодаря виртуализации усовершенствовался механизм приобщения личности к лучшим образцам мировой и национальной культуры посредством виртуальных музеев, галерей, мастерских, библиотек, выставок, консерваторий, театров, знакомство с теми или иными достопримечательностями мира. В современной культуре эксперименты по взаимодействию технической и виртуальной реальности и искусства подошли вплотную к созданию новых художественных форм в сфере изобразительных и драматических искусств, решая неординарные эстетические задачи.

Виртуализация общества с неизбежностью повлекла и трансформацию самого человека. Произошло интенсивное становление виртуальных образов, подкрепленных сетевыми «никами», «аватарами» и т. д. Фактически возникла «виртуальная мифологизация» личности, как неожиданный результат медиатехнологической революции. Погружение и овладение – основные механизмы виртуальности, подкупающей строгой систематизацией, упорядоченностью и структурированностью. Она позволяет преобразовать исходную личность, например, лишить значимости ее социального, гендерного, национального статуса, возраста, внешности.

«Виртуальный мир – это иллюзорный мир, в который погружается и взаимодействует человек, причем создается этот мир некой имитационной системой, способной формировать соответственные стимулы в сенсорном поле человека и воспринимать его ответные реакции в моторном поле в реальном времени» [250, с. 118].

Современные устройства виртуальной реальности способны понимать положение пользователя в пространстве, улавливать движения его рук, ног, головы и т. д., а это значительно увеличивает иллюзию присутствия, возможность реализовать всевозможные сценарии управления как виртуальной реальностью, так и пользователем. Например, виртуальные шлемы, с помощью которых человек может пройти по смоделированному для него будущему дому, ощутить пространство расположения комнат, удобство планировки и т. д.

Виртуальное пространство хорошо взаимодействует с дополненной реальностью (AR), когда происходит добавление виртуальных объектов на картинку реального мира, а также со смешанной реальностью (MR), которой свойственно распознавание реального мира и встраивание виртуальных объектов в «интерьер» любого пространства (рис. 34).



Рис. 34. Виртуальная, дополненная, смешанная реальности

Результаты проведенных социологических исследований 2000–2001 гг. [251], 2004 г. [252], 2009–2010 гг. [253], ориентированных на получение новых знаний о такой малоисследованной и стремительно развивающейся области, как Интернет, виртуальная реальность, интерактивные механизмы коммуникаций и т. д., позволяют сделать выводы о том, что модернизация пространства и деление его на реальное и виртуальное определяет новые возможности для развития и реализации личности. С другой стороны, это способно разрушить устоявшиеся в культурах народов самобытные ценностно-нормативные координаты человеческого бытия. В процессе изучения воздействия Интернета на человека были выявлены и признаны в качестве гипотетических черт глобального виртуального мира, порождающих во внутреннем мире человека психологические сдвиги, следующие явления:

- идентичность протекания времени в обеих реальностях (межличностные события возникают и протекают по принципу «здесь и теперь», т. е. в рамках реального времени);

- безграничность (граница между виртуальной реальностью и объективной реальностью явным образом человеком не ощущается);
- амбивалентность (ощущение человеком, действующим в виртуальном пространстве, как раздельности своей личности, так и целого существа);
- преобразованность способа деятельности человека, следовательно, его личности и воли (изменение *modus vivendi*, ведущее к изменениям ценностных и нормативных ориентаций пользователя) [252, с. 118].

Выводы исследования, направленного на выяснение вопроса о степени устойчивости ценностно-нормативной ориентации участников интерактивных игр глобального характера раскрывают гипотезу о том, что человек виртуальный обладает способностью динамичного перехода из реального мира в виртуальную реальность и обратно, при этом не теряя связей со своим социумом в форме социализированных ценностно-нормативных координат поведения. Новые формы виртуальности могут влиять на базовые свойства личности, изменяя его потенциал и направленность в процессе взаимодействия людей в поликультурной ситуации [253, с. 122].

Кроме виртуальной реальности, необходимо перечислить некоторые механизмы инкультурации, способные в условиях медиапространства влиять на восприятие информации, управлять сознанием и поведением человека.

К основным механизмам можно отнести **иммерсию** (от позднелат. *immersio* – погружение) – использование в виртуальной реальности, **трансмедиа** – сложное единство множества медийных форматов, образующих единую тематическую «вселенную», способную трансформировать формы общения и мышления.



Интерактивность как способ взаимодействия на расстоянии. Термины «интерактивность», «интерактивное обучение», «интерактивные методы и методики обучения» стали появляться в последние годы XX в. в исследованиях психологов и педагогов, в разделах учебных пособий, опи-

сывающих процесс обучения как общение, кооперацию, сотрудничество равноправных участников (Б. Ц. Бадмаев [254], М. В. Кларин [255], В. В. Сериков [256], Е. С. Полат [257] и др.).

В настоящее время среди специалистов отсутствует конкретное устоявшееся определение термина «интерактивность». Многие из них (Г. Г. Рожков [258, с. 14], Р. Ш. Чермокина [259, с. 9] и др.) формулируют интерактивность как понятие, которое раскрывает характер и степень взаимодействия между объектами. Ю. А. Прозорова вводит понятие «интерактивный ритуал» как интегральную модель взаимодействия, описывающую как формальные групповые ритуалы – сакральные и секулярные, – так и множество повседневных интеракций – межличностных и групповых. Автор считает, что интерактивным ритуалом может являться любое взаимодействие, которое обладает следующими характеристиками: физическое присутствие двух или более индивидов; представление участников о границах взаимодействия, отделяющих участвующих от неучаствующих; общий фокус внимания и взаимная ориентация на фокус внимания другого/других; общий, разделяемый всеми участниками эмоциональный опыт, настроение. Интерактивные ритуалы и ритуалы совпадают частично, область их пересечения – это групповые ритуалы [260, с. 9].

Интерактивность как форму организации диалога рассматривает в диссертационном исследовании Е. С. Чичканов [261]. Автор считает, что зрелая форма интерактивности достигается именно с появлением и развитием персональных компьютеров и глобальных компьютерных сетей. Появление графического интерфейса позволило значительно расширить возможности художественной организации взаимодействия пользователя с элементами произведения. Компьютерные технологии позволяют обрабатывать большие массивы информации в реальном времени, все проще становится создать алгоритм, на основе которого происходит диалоговое взаимодействие, сложнее и богаче становится содержание взаимодействия, приобретаемая черты, нюансы непосредственного человеческого общения.

С помощью трехмерного моделирования, технологий пространственного звука, программирования в цифровом экранном производстве можно создавать объекты и целые миры. Компьютерная интерактивность – самая развитая форма технической интерактивности, ведь в саму природу компьютерных технологий заложено взаимодействие с человеком [261, с. 18]. Е. С. Чичканов под интерактивностью по-

нимает *диалоговое взаимодействие*, организованное программно-аппаратными средствами через символично-графический интерфейс художественного цифрового экранного произведения. Интерактивность в цифровом экранном произведении становится способом постижения замысла произведения зрителем, творческим методом автора.

Интерактивность представлена как *механизм инкультурации*, в котором происходит взаимодействие личности с медиапространством, и режим обратной связи в этом взаимодействии имеет ключевое значение. Благодаря интерактивности, личность использует способы самовыражения и активно влияет на содержимое и направленность процессов медиапространства, она знакомится и изучает новые возможности медиа, свободно высказывает свое мнение, предлагая участие в диалоге.

Интерактивность повысила чувствительность человека и ускорила процесс коммуникации.

Современные мультимедийные технологии используют в человеке его конституционные физиологические возможности: визуальные, слуховые и аудиальные восприятия, а также тактильные способности через соприкосновение. Такие возможности возникают при использовании интерактивной доски *Smart Board*, интерактивных учебных столов, проекторов и приставок. Такие приборы отличаются мобильностью и простотой освоения в эксплуатации. Интерактивные доски и парты позволяют работать с помощью пальцев, дают возможность сразу нескольким людям фиксировать на доске или парте информацию, вводить большое количество текста, оставлять записи на слайд-презентациях, усваивать большее количество материала.

К одному из пространственных механизмов инкультурации можно отнести *«географию коммуникаций»* – понятие, предполагающее перемещение и сжатие пространства-времени, при котором возможно осуществлять коммуникации, путешествовать, посещать интернет-библиотеки, музеи, работать, не выходя из дома. При этом стираются четкие границы между символическими и материальными артефактами, в которых, по мнению Дж. Фолкхаймера и А. Янсона, обосновывается актуальность развития географии медиакоммуникаций в качестве новой академической дисциплины [262]. Исследователи обозначают свое видение географии коммуникации в нескольких измерениях:

- идеологическое и политическое измерение, где наблюдаются процессы конвергенции публичной и приватной сферы, глобального и локального;

- технологические измерения, где медиа понимаются не в качестве культурной формы или инструмента политического влияния, а как технические средства связи, технологии опосредования опыта и социальных взаимодействий. Ключевая роль медиатехнологий в возникновении и развитии разных сообществ (в пространстве Интернет), новых культурных и социальных практик (через механизмы мобильности и интерактивности), организация диалога в *online*-режиме, режиме реального времени;

- «текстуальное» измерение описывает механизмы и процессы материализации пространства посредством культуры [263].

А. Янсон вводит понятие «текстура», в котором заложена трехсторонняя диалектическая связь между пространственными практиками, репрезентациями пространства и пространствами репрезентации (диалектика материального, символического и воображаемого). «Текстура – это медиатор не только между материальными и символическими аспектами пространства, но также между пространственной структурой и коммуникативным агентом; между правилами и импровизациями, между тогда и сейчас» [264, с. 91].

Необходимо отметить, что границы между названными измерениями весьма условны. Медийное пространство может иметь как физическую географию, так и «виртуальную», в которой каждый пользователь потребляет, распространяет и производит информацию. Процесс инкультурации приобретает некую быстроту и мобильность, легкость и непринужденность вовлечения личности в современную «технотизированную» культуру.



Рис. 35. Мобильность как механизм инкультурации

Мобильность – следующий из механизмов инкультурации, снабжающий личность легкими портативными и многофункциональными медиасредствами. В мобильности заложена способность быстрой ориентации в пространстве (Интернет, приборы-навигаторы и др.), переключения с труда на досуг, включения в онлайн-беседу и т. д.

На фоне лавинообразного производства и распространения визуальных образов, в ситуации, когда доминирующим стал образ жизни, принцип которого – доступность взгляду, просматриваемость, прозрачность, ориентация на создание и потребление видимостей, подменяющих сущности, постоянно встают вопросы о судьбе современного человека-зрителя, проживающего свою жизнь в атмосфере тотальной визуализации.

Один из наиболее сложных, «психозависимых» и малоизученных для личности механизмов инкультурации – **визуализация** (от лат. *visualis* – зрительный) – базовый модус существования медиапространства, культуры повседневности, общий принцип структурирования ее артефактов. В современной науке и технике визуализация – неотъемлемый элемент обработки сложной информации о пространственном строении объектов [265].

Методы визуализации могут быть разделены на представления данных в одном, двух и трех измерениях. Наиболее распространена двумерная визуализация – изображение на плоскости, листе бумаги или на экране. Однако благодаря развитию компьютерной техники и программного обеспечения все большую роль начинают играть методы объемной 3D-визуализации, как динамической (анимация, псевдостереоскопия), так и стереоскопической. 3D-визуализация – метод представления информации в естественной, а потому наиболее удобной форме для зрительного восприятия сложных технических объектов и технологических процессов. Разработанные на основе трехмерных моделей анимационные ролики и интерактивные приложения



являются наиболее реалистичными и понятными и могут быть использованы как в презентационных и рекламных целях, так и в процессе обучения персонала. Данный метод уже используется в промышленности, ракетно-космической отрасли, медицине, образовании, архитектуре и т. д. Доступность 3D-редакторов породила целую волну цифрового искусства как в 3D-моделировании, так и в производном от него жанре – искусстве цифровых 2D-коллажей, основанных на виртуальных 3D-моделях и обработанных в обычных графических редакторах. Одновременно с этим процессом популярность компьютерных игр сегодня достигла пика своей популярности.

Понимание визуализации, сложившееся в культурологии как порождение особой экранной культуры, изучено российскими исследователями. П. К. Огурчиков [266] раскрывает взаимосвязь между экранной культурой и порожденной ею новой мифологией, с помощью которой происходит утверждение моделей человеческого поведения, помещение индивидуального бытия в новую систему социальных и культурных координат, в которой мир превращается в гиперреальность симулякров, где человек не переживает подлинной реальности, будучи защищенным от нее мифом. Автор активно исследует искажение реальности с помощью визуальных технологий, которые в угоду тем или иным социальным и культурным запросам деформируют само представление о себе массового зрителя. А. А. Курбановский обосновывает в своей работе необходимость археологии визуальности, делая акцент на том, что человеческое видение есть культурно-исторический конструкт (артефакт), неразрывно связанный не только со своим временем и социальной средой, но и с изобразительными конвенциями (с памятниками искусства) [267]. А. А. Жигарева изучает этапы возникновения, становления и развития моделей визуализации, основные формы проявления и технологии их реализации, а также дальнейшие перспективы и возможности оптимизации влияния визуализации на социум [268].

Более конкретно раскрыли различные подходы к выявлению сущности и последствиям для личности участия в процессе визуализации Б. Ананьев (психологический), Р. Арнхейм, З. Кракауэр (гносеологический), Ю. Лотман (семиотический), Ю. Плотинский (техническо-информационный), Е. Сальникова (эволюционный), К. Разлогов (культурно-эстетический), В. Розин (манипулятивный),

Е. Черневич (дизайнерский). Исследования белорусских ученых трагируют основные формы проявления и возможные последствия реализации визуализации в социальном пространстве. Здесь следует назвать таких исследователей, как А. Горелик, А. Тонконогов, Д. Чермисинов и др.

К наиболее важным механизмам, которые могут рассматриваться как технологии визуализации, следует отнести создание гиперсобытия (монополизации сетевого вещания в рамках единого медийного глобального пространства), распространение медиавирусом (единиц культурной информации, обладающих способностью проникать на различные уровни социальной реальности и вызывать общественно значимые последствия), создание визуальных дисков (практик, формирующих особый тип идентичности с помощью ассимиляции в визуальном дискурсе знаков иной природы – условных, вербальных и др.). К особенностям и механизмам реализации процесса визуализации можно отнести трансляцию символа или знака через каналы визуализации – логический (процесс абстрактно-рационального распознавания визуальных структур); эстетический (художественная организация визуального символа); семантический (выявление значения, визуально-смыслового содержания информации).

Без визуализации сегодня не могут развиваться реклама, индустрия развлечений, художественно-визуальные искусства. Например, механизм конструирования стандартов красоты и понятия женственности формируют как идеологические, религиозные установки, семейные и традиционные формы воспитания и воздействия, так и средовые факторы, современная медиасреда, стереотипы общественного сознания, общественное мнение. Современная медиавизуализация не столько порождает стремление к красоте, сколько стимулирует его и усиливает [269, с. 50].

Развитие науки и техники, произошедшее в XX в., привело к тому, что технологии вплотную приблизились к созданию сложных антропоморфных механизмов – современных компьютеризированных моделей, геноидов или фемботов (электромеханических девушек-роботов), первые модели которых появились в начале XXI в. Слово *fembot* (фембот) стало широко употребляться благодаря нескольким фильмам американского фантастического телесериала: Трилогия *Kill Oscar* (Убить Оскара), 1976 г. и *Fembot in Las Vegas* (Фемботы в Лас-Вегасе) [270].

Современные фемботы (девушки-роботы) – это результат развития идеи, которая сформировалась еще во II тыс. до н.э., но только в XXI в. подошла к своему воплощению (рис. 36). Результаты этого направления воплощены в интерактивных роботах, игрушках-куклах с искусственным интеллектом.



Рис. 36. Образец фембота XXI в.



***Гиноид** (происходит от др.-греч. γυνή, γυνή – «женщина») или **фембот** (fet + bot, из англ. female от лат. femina – «девушка, молодая женщина» и чеш. robot) – разновидность андроида, имеющего женскую внешность, часто подчеркнута-женскую. В отличие от английского, в русском языке это слово мало распространено и используется лишь для подчеркивания женской внешности робота (или киборга).*

Термин «гиноид» был предложен британской писательницей-фантасткой и феминисткой Г. Джонс для обозначения человекоподобных роботов-женщин. Писательницу не устраивал термин «андроид», так как он образован от др.-греч. ἀνήρ, означающего «мужчина». Существуют также синонимы «фембот» (англ. female robot), можно также иногда встретить слова «женоробот», «женобот» и «роботесса» [271].

Медиа-фембот – это женщина с молодым телом. Нельзя сказать, что это молодая девушка, так как многие рекламные ролики рассчитаны на женщин старше 30 лет. В основном это косметические средства, «продлевающие молодость». В таких рекламных роликах показаны женщины с наметившимися признаками увядания красоты, которые исчезают после применения «омолаживающего» средства, и перед зрителями вновь предстает образ вечно молодого медиа-фембота. Возраст для него не имеет значения, так как его медиа-тело никогда не стареет.

Как ни странно, но именно этот искусственный и «идеальный» образ женщины-робота находит свое отражение в современной женщине. С ней несложно договориться, прямолинейна, сексуальна, неконфликтна, действует по своему собственному алгоритму. Поскольку такая женщина демонстрирует целый комплекс традиционно мужских качеств, то, по закону сохранения равновесия, наиболее частым претендентом на отношения с фемботом оказывается мужчина иногда с совершенно противоположными чертами характера, не желающий обременять себя грузом ответственности.

Женщины вошли во внешнюю сферу социально-профессиональной и общественно-политической жизни: они получили доступ к таким сферам, как экономика, бизнес, участие в принятии политических решений. Социальные роли современных мужчин и женщин становятся все более схожими.

Несмотря на созданный «медиа-идеал», современные условия, ритм жизни, умение совмещать несколько видов деятельности не позволяют женщине тратить много времени на создание «искусственного образа». В моде здоровье, естественность и интеллект. Допустима «динамическая неопрятность» в прическе, одежде, манере общения, так называемый удобный фьюжн-стиль (смешение стилей) или эклектика (сочетаем несочетаемое) [272, с. 237].

Визуализация имеет огромное влияние на формирование художественных вкусов, стиля. Она расширяет границы, используя механизмы иммерсии и трансмедиа. Визуализация в коммуникационных процессах и отношениях личности связана с формированием мироощущения и современного мировосприятия.

Несомненно, описанные выше понятия медиапространства: иммерсии (погружения), трансмедиа, мобильность, «география коммуникаций», интерактивность, визуализация и др., – используются

инкультурацией как модернизированные механизмы, рожденные медиапространством.

Например, «география коммуникаций» – как способ сопровождения личности в реальном и виртуальном пространствах. Освоение личностью конвергентных механизмов и способов управления виртуальной средой определили ее отношение к осознанию социокультурного бытия, модернизации культуры впечатлений, созданию новых этических и художественных ценностей. Не изменяя сути процесса инкультурации, виртуальная среда предложила новые формы коммуникации, перевела его в интерактивный режим взаимодействия, усовершенствовала механизмы процесса обучения, освоения, адаптации, приобщения, распространения, формирования, локализации, трансляции и пр., расширила качественные характеристики современного белорусского медиапространства. Роль виртуализации для современного развития Беларуси неоспорима, особенно для технологических инноваций, значительная часть которых реализуется в передовых отраслях белорусской экономики: большегрузном автомобилестроении, станкостроении, тракторостроении, при производстве продукции химической промышленности, создании нового медицинского оборудования и препаратов, в сельском хозяйстве, архитектуре и строительстве, ядерной физике, космических исследованиях и т. д.

Степень виртуализации, визуализации и интерактивности сознания людей и социальных отношений, проникновение виртуальных технологий в сферу чувственного восприятия человека создали ситуации гибридной реальности, когда коммуникация привела к стиранию грани между виртуальной личностью человека и ее физической локализованностью в теле. Однако виртуальный мир социальных сетей развивает эгоцентризм и усиливает психоэмоциональное состояние поглощенности самим собой, своими мыслями, что влечет за собой утрату связи личности с реальным миром. Данное изменение касается статуса присутствия человека в среде коммуникации, где реальное и виртуальное объединяет его сознание, и представляет совершенно новый феномен пространства.

Особенность взаимодействия личности и медиа в условиях конвергентных медиатехнологий приобретает двойственный (конструктивный и деструктивный) характер, связанный с противоречивой природой личности. Специфика двойственного характера

развития конвергентных медиатехнологий заключается в кардинальном преобразовании реального и виртуального мира. Социальные последствия внедрения конвергентных медиатехнологий состоят в доминировании высокотехнологичных медиасредств и факторе трансформаций способов, механизмов и форм процесса инкультурации в условиях современного белорусского медиапространства. Они позволяют проникать на различные уровни социальной реальности, влиять на идеологические, религиозные установки, семейные и традиционные формы воспитания и воздействия, духовные ценности личности. Благодаря механизмам инкультурации, таким как виртуальная реальность, иммерсия, трансмедиа, интерактивность, визуализация и др. обладают большей мобильностью, их динамика трансформаций тяжело контролируется, их популярность и развитие продвигают сами пользователи, используя весь потенциал в «сверхзвуковых» скоростях преобразований глобальных медиатехнологий.

Изучение конвергентных медиатехнологий как инновационного механизма вскрывает онтологические причины изменений в информационно-коммуникативной среде. Эти изменения можно выявить в смене системных форм связи между отдельными явлениями и процессами, в диффузных формах социокультурного взаимодействия личности и общества. Анализ социальных последствий данных явлений позволяет определить особенности и механизмы реализации процесса инкультурации в условиях современной медиакультуры.

Современное медиапространство Беларуси формирует среду жизнедеятельности, социальную и индивидуальную память, являющуюся глобальными источником знаний и информации. Создаются законы, в которых прописываются основные стратегические направления в реализации государственной политики, правового поля, здравоохранения, образования, культуры и т. д., связанные с программой развития информатизации, телекоммуникаций, ИКТ и высоких технологий на современном этапе развития Республики Беларусь. Основные преимущества активного использования в медиапространстве цифровых технологий, в том числе облачных систем, являются мощным стимулом для инновационного развития потенциала личности, создания новых культурно-ориентированных ресурсов и сред обучения, обмена знаниями культурного наследия и контента. Массивы данных трансформируют пространственный порядок, управляют локальной культурой и сложившимися про-

странственно-коммуникативными практиками (меняют личностное пространство, пространство быта, улицы, района, города и т. д.).

С использованием ИКТ современное медиапространство расширяет возможности для саморазвития, доступ к знаниям и информации, а также вводит в разные плоскости познания личности критерии технологической, компьютерной, информационной, медийной, аудиовизуальной грамотности. С другой стороны, ИКТ могут быть использованы для ускоренного внедрения и укрепления доминирующих позиций западных моделей мышления, культуры и стратегий обучения. В худшем случае медиапространство может быть использовано как оружие, нацеленное на уничтожение культуры, ценностей, традиций, норм и устоев, духовной целостности как отдельной личности, так и целого народа, нации.

В условиях современного медиапространства Республики Беларусь для процессов становления, развития и реализации личности расширен доступ к знаниям в разных сферах, формируются понятия финансовой, статистической, научной, правовой, экономической, политической, географической, экологической грамотности, а также грамотности в области здравоохранения, культуры и искусства. Следовательно, развиваясь при поддержке (на законодательном уровне) государственного и местного управления, процесс инкультурации и социализации личности в условиях медиапространства современной Беларуси предоставляет и расширяет права и возможности для субъекта культуры, способствует творческому, креативному мышлению современной личности, ее гражданской позиции и ответственности.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Мы всегда обращаемся к человеческой истории, которая сопряжена с поисками новых нравственных и культурных смыслов, со стремлением обозначить трансформацию времени и эпохи. Современное общество столкнулось с комплексом новых проблем и противоречий, поливариантностью действительности, содержательных установок индивидуального бытия. Мир находится в состоянии экологической и культурной нестабильности, основной причиной которой является непрерывно нарастающая техногенная экспансия в природную среду. Внутренняя среда человека переключилась на техническое преобразование. Точка невозврата пройдена. Человек уже не в состоянии отказаться от технологий, они пронизывают все пространство жизнедеятельности личности, а глубина их проникновения еще не достигла максимума.

Современные инженеры и исследователи в области IT-разработок предсказывают в будущем доминирование кибергов, когда «нейронное кружево» свяжет человеческий мозг с компьютерами, которые обретают все большие виртуальные способности. Человечеству угрожает опасность значительно отстать в развитии от кибергов.

С каждым годом информационные технологии во всем мире становятся более усовершенствованными и расходы на их развитие продолжают расти (рис. 37) [273].

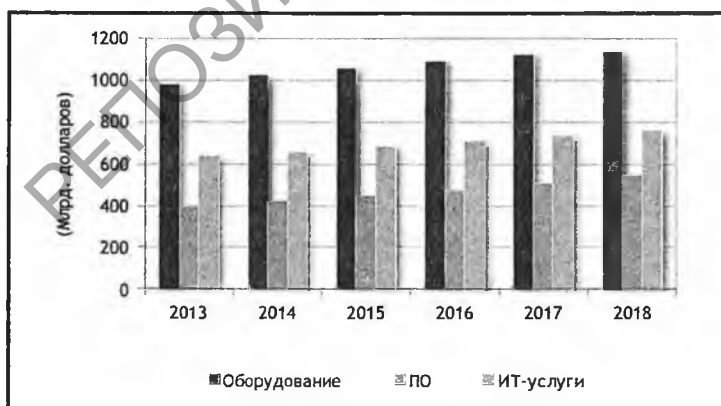


Рис. 37. Прогноз расходов на развитие информационных технологий в мире

Такое стремительное развитие технологий является закономерностью социального и научно-технического прогресса. Технологии призваны стать основанием кардинальной трансформации качества и уровня жизнедеятельности человека, всех общественных структур и отношений, каждой страны и всего мирового сообщества. В начале книги ставился вопрос о том, что позитивное и негативное привносят современные технологии в бытие человека, какие условия формирует глобальное пространство для его самоопределения и самоидентификации; с чем сталкивается он в процессе становления и развития в условиях техногенной цивилизации.

Ответить на эти вопросы не так просто. Мир стремится к тому, что технологии не рассматриваются в противопоставлении человеку, это некий симбиоз – совокупность противоположностей, зависящих и нуждающихся друг в друге.

Японский архитектор и философ К. Курокава считал, что основа философии симбиоза заключается в объединении архитектуры и природы, человека и техники, различных культур, исторического прошлого и будущего, локального и глобального направлений в искусстве [274, с. 4]. Эпоху модернизма и XX в. К. Курокава назвал «Веком машин», а XXI в. – «Эпохой жизни», в основе которой будут заложены принципы симбиоза. «Жизнь – это создание значений. Жизнь индивидуума и разнообразие, которым обладает каждый вид, связаны с разнообразием всех человеческих культур, языков, традиций искусств, которые существуют на земле. В XXI в. идеал машинного века – универсальность – будет заменен на симбиоз различных культур, а дуалистическая философия постепенно заменится философией симбиоза» [275, с. 62].

Традиционно техника воспринималась продолжением человека, тем, что существует и развивается вместе с ним. Однако специалисты и ученые обеспокоены тем, что общество стало более механизированным, а механизмы стали более совершенными, с высоким интеллектуальным уровнем. Не исключено, что через 25 лет искусственный интеллект станет в миллионы раз мощнее биологического и понятие «мы» будет подразумевать и машины. Об этом свидетельствует наличие трех видов автоматических систем – программные, адаптивные, интеллектуальные.

В симбиозе технологий и человека, развитие техники является зеркальным отражением эволюции человека и его деятельности, а че-

ловек выступает здесь в роли субъекта воздействия. В таком слиянии роль человека в эволюции технического прогресса очень велика, но современный мир испытывает кризис ответственности.

Пространство окружило человека медийными формами виртуальной реальности, насытило иллюзорностью, информационной зависимостью. Личность порой уже воспринимается как носитель и продолжение информации, посредник коммуникаций в современном медийном пространстве.

Основы трансформаций современного медиапространства заложены в активном ежедневном продуцировании и использовании конвергентных технологий, которые проявляются через механизмы интеграции информационных и коммуникационных технологических платформ (компьютеров, телевизоров, телефонов) благодаря все более упрощенным способам передачи ими содержательных (информационных) продуктов. Понятие «конвергенции медиатехнологий» подразумевает процессы взаимопроникновения, взаимовлияния, что создает предпосылки для получения инновационных коммуникативно-технологических разработок. Механизмы конвергентных медиатехнологий способны трансформировать отношение личности к осознанию социокультурного бытия, влиять на ее социальное поведение, формировать культуру впечатлений, создавать новые этические и художественные ценности, перестраивать культуру повседневной жизни.

Трансформации белорусского медийного пространства, всеобъемлющая информатизация, ориентированная на предоставление широкого спектра услуг для граждан и бизнеса, переход государственного аппарата на работу по принципу информационного взаимодействия – все это способствует созданию единой национальной информационно-коммуникативной инфраструктуры, формирует единую национальную информационную среду, обеспечивает информационную безопасность Республики Беларусь. Современное медиапространство Республики Беларусь создает новые условия для развития личности в подвижной, мобильной и гибкой форме, сохраняет достаточно высокие темпы развития информационно-коммуникационной инфраструктуры, обеспечивает внедрение инновационных технологий и результативное использование их в экономической, политической, образовательной, культурной, социальной, идеологической и духовной областях современной Беларуси. В этих условиях

процессы инкультурации, социализации предопределены новыми механизмами и формами трудовой, образовательной, досуговой деятельности, новыми видами коммуникаций. Все эти трансформации не сводятся только лишь к технической сфере, они носят глобальный характер.

Обращение к проблеме становления и развития личности в условиях медиапространства определяется ее практической значимостью для современной культурологии. Республика Беларусь является активным участником мировой интеграции в глобальном пространстве медиа. Процесс инкультурации позволяет выявить диалектику взаимодействия белорусской медиакультуры и личности, установить содержательное разнообразие медиапространства, тиражируемые элементы и формы его глобального многообразия.

Научная новизна данной работы заключается в том, что впервые представлен эксплицитный статус процесса инкультурации личности в условиях современного медиапространства Республики Беларусь. Определено теоретико-методологическое положение инкультурации в современной культурологии, утверждение которого обуславливается трансформациями социокультурной действительности. Установлены особенности развития процесса инкультурации (способы, инструменты, механизмы «включения» субъекта культуры) в условиях белорусского медиапространства. На основе результатов сравнительных социокультурных исследований определена роль медиасредств в современной жизнедеятельности личности, выявлена амбивалентность формирования инкультурации в реальном и виртуальном медиапространствах. Выделены основные причины, влияющие на трансформацию становления и развития личности. Сформулированы понятия «цифровые медиасредства», «личностно-ориентированные технологии». Дана оценка технологий и их роли в инкультурации личности в условиях оптимизации информационно-образовательной среды информационными ресурсами. Обоснованы прикладной потенциал медиапространства Республики Беларусь и возможности развития сценариев инкультурации в культурном многообразии.

Избранный объект исследования предопределил изучение широкого спектра научно-теоретической литературы, что позволило определить связь понятий «аккультурация», «сепарация», «маргинализация», «интеграция», «интернализация», «социализация» и «инкультурация» с культурной антропологией конца XIX–XX вв.

На основе предпринятых теоретико-методологических подходов к изучению темы данной монографии выявлено, что проблема личности в условиях современного белорусского медиапространства рассмотрена в ракурсе адаптативно-изменчивой социокультурной ситуации. Процесс инкультурации представляет собой единство объективного и субъективного, целенаправленных и взаимосвязанных процессов усвоения и адаптации личности, а также ее самоидентификации в амбивалентных и противоречивых условиях (конструктивной и деструктивной характеристики) бытия.

Конструктивный характер просматривается в том, что технические новинки являются мощным катализатором развития современной белорусской медиакультуры в целом. Новые информационные и телекоммуникационные технологии обеспечивают все более легкий доступ к информации. Ошеломляющим результатом развития медиапространства на рубеже веков стал объем накопления и скорость распространения знаний.

Параллельно с развитием и технологий в образовательном процессе появляется спрос на «многопрофильных» и «многофункциональных» специалистов, способных разбираться в межпредметных областях педагогики, психологии, образовательных технологиях, владеть методологией, дидактическими приемами, инструментами коммуникации, ориентироваться и мобильно перестраиваться на различные формы обучения.

В ближайшие 20 лет педагогика, благодаря активному внедрению технологий, кардинально изменится в связи с чем появятся новые профессии [276].

Педагогика будущего – это опережающая педагогика, в которой заложена междисциплинарная методика целеполагания, познавательно-ориентированная с индивидуально-корректирующей траекторией развития отдельной личности, мотивирующая на самосовершенствование и саморазвитие, включающая надпрофессиональные навыки и умения. Какие педагогические профессии будущего будут востребованы? Вот некоторые из них:

1. *Куратор онлайн-платформы* – администратор работы платформы дистанционного обучения, организует и продвигает конкретные курсы или «типовые образовательные траектории», является координатором процесса обучения, составляет при необходимости индивидуальные онлайн-курсы, является модератором в общении между учителем и учеником. Такой специалист по прогнозам может

быть востребован уже до 2020 г. в центрах образовательных технологий учреждений образования.

Надпрофессиональные навыки и умения куратора онлайн-платформы – системное мышление, межотраслевая коммуникация, управление проектами, мультиязычность и мультикультурность, программирование, робототехника, искусственный интеллект, работа с людьми.

2. *Веб-психолог* – формирует критическое и логическое мышление, учит медиаграмотности и сетевой безопасности, способен сформировать интернет-социализацию, интернет-инкультурацию детей и подростков, информирует и разбирает проблемы, существующие в интернет-среде: интернет-травля, кибербуллинг (кибер-буллинг (*cyber-bullying*)), подростковый террор, происходит от английского слова *bull* – «бык» – и связан со значениями: «агрессивно нападать, бередить, задирать, придирааться, провоцировать, донимать, травить», то есть в молодежном сленге употребляется как «быковать»). Такой специалист, разбирающийся в детской и подростковой психологии может быть полезен при тестировании различных товаров и сервисов (игрушек, игр, мультфильмов, видео-, аудио-материалов и др.) на предмет угроз для психики и потенциального вреда развитию ребенка. Такие специалисты востребованы уже сейчас. Кроме этого, он должен сопровождать образовательный маршрут, корректировать образовательную программу с учетом потребностей и таланта, участвовать в формировании образовательной программы, совместно с родителями выбирать перспективные для ученика направления и рекомендовать область карьерного развития.

Надпрофессиональные навыки и умения – системное мышление, межотраслевая коммуникация, управление проектами, мультиязычность и мультикультурность, клиентоориентированность, работа с людьми.

3. *Разработчик образовательных траекторий* – представитель педагогической профессии, способный скорректировать индивидуальный вектор развития личности, при соблюдении баланса между разными интересами обучающегося. Участвует в организации педагогической системы коммуникации между учителями разных учебных дисциплин, которые сконцентрированы в рамках одной траектории подготовки отдельного ученика; разрабатывает

образовательный трек с учетом психотипа, способностей и целей обучающегося.

Надпрофессиональные навыки и умения – системное мышление, знание методологии преподавания, межатраслевая коммуникация, управление проектами, мультиязычность и мультикультурность, клиентоориентированность, работа с людьми, навыки художественного творчества.

4. *Брейн (brain, intellect, understanding)* – «тренинг для ума и понимания», который заставит ваш мозг работать на полную мощность. Это специалист по концентрации и психофизиологии, развитию скорости мыслительной деятельности и интеллекта. Отвечает за владение и умелое использование в образовательной деятельности нейротехнологии (нейротехнология – 1) совокупности технологий созданных на основе принципов, функционирования нервной системы; 2) основа для создания нового класса глобально конкурентоспособных технологий, необходимых для развития новых рынков, продуктов, услуг – в том числе, направленных на увеличение продолжительности и качества жизни [278] (рис. 38).

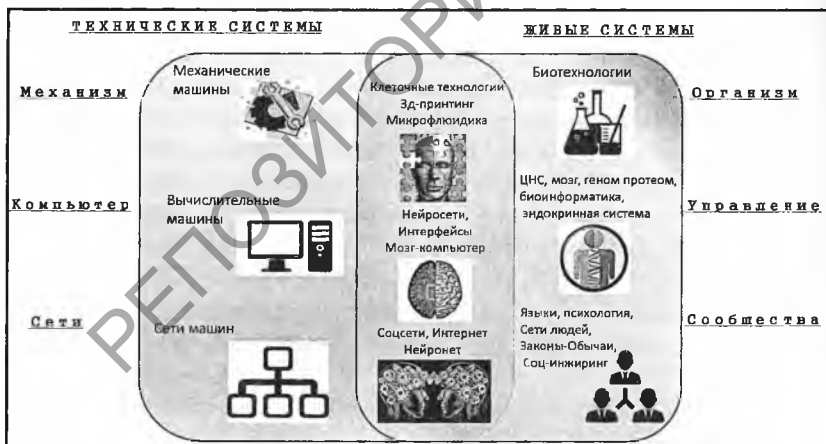


Рис. 38. Структура направлений использования нейротехнологий

Брейн-тренинг с помощью нейротехнологий поможет скорректировать когнитивные способности обучающегося (внимание, восприятие, память, интеллект, речь), с учетом способностей и задач,

поставленных перед пользователем, разработать программу индивидуального развития, с промежуточным контролем развития обучаемого. Применение интерфейса – мозг-компьютер позволит создать инклюзивную среду для участия в образовательном процессе людей с ограниченными возможностями. Представители данной профессии – это специалисты междисциплинарных знаний на стыке медицины, психологии, физиологии, программирования и педагогики [277].

Надпрофессиональные навыки и умения – системное мышление, межотраслевая коммуникация, управление проектами, программирование, робототехника, искусственный интеллект, работа с людьми.

5. *Специалист по геймификации* – с помощью игровых технологий помогает заинтересовать и освоить новые знания в игровой форме, моделировать и испытывать разные ситуации в процессе игры. Гейминг рассматривают как дополнительный инструмент в образовании, а не замену обучению. Здесь возможно использовать различные дистанционные технологии дополненной и виртуальной реальности, смешанного обучения, *Uber*-технологии и т. д. Однако геймификация предполагает серьезную систематизацию образовательных игр, соблюдение тематического соответствия, а также анализ процесса адаптации к учебной программе квестов, социальных игр, сценариев событий и кейсов.

Надпрофессиональные навыки и умения – системное мышление, межотраслевая коммуникация, владение иностранными языками, новейшими технологиями, работа с людьми, навыки художественного творчества.

Таким образом, образование будущего неразрывно связано с медиапространством. В современных условиях можно говорить о возникновении новой отрасли производства – производства знаний, идей, открытий, о появлении иерархических структур подачи информации (расширение иллюстративного материала, увеличение структурированного объема усваиваемой информации). Среди новых тенденций, связанных с достижениями научно-технического прогресса, возникли новые формы труда, которые предъявляют более высокие требования к образовательному цензу населения, формированию специалистов, способных идти в ногу с современными достижениями в области знаний. Для общества в целом новейшие технологии принятия решений и планирования становятся важней-

шим фактором успешного развития экономики и повышения ее конкурентоспособности.

Деструктивные характеристики прежде всего связаны с эмоционально-психологическим восприятием личности, ее мироощущением в условиях медиа. Главная угроза для личности – это манипулирование и подмена ее социальных и духовных ценностей синтетическими, полностью зависящими от мировоззренческих установок аудиовизуальной продукции, создание «медиаиллюзий» в отрыве от реального мира, активное внедрение «искусственного интеллекта». В физиологическом плане это воздействие кадровых частот экрана, излучения, длительное нахождение в сидячем положении, способность воспроизводства лишь имеющейся в компьютерной среде информации, что приводит к подсознательному отказу от самостоятельной конструктивной работы с материалом. Качество информации, предлагаемой и неконтролируемой виртуальной и интерактивной средой, трансформирует отношение личности к осознанию социокультурного бытия, влияет на социальное поведение, формирует амбивалентную культуру впечатлений, этические, художественные и духовные ценности, культуру повседневной жизни. Новые формы общения – мобильная (сотовая), сетевая, блогговая (*online*) связи – модифицируют саму модель человеческого общения, приводя ее к примитивному оскудению, порождают новые формы текстов через эрзац-язык. В таком языке превалируют шаблонность, условность мысли, он насыщается новыми терминами, *html*-словами и культурными ограничителями, словами-гибридами и специфическими интернет-символами (смайликами, эмоджиконами, словами «модератор», «спам», «флуд», «хакер» и т. д.). Пользователи активно отстаивают право на разные формы самовыражения, не задумываясь о культуре речи и правилах орфографии. В итоге трансформируются формы коммуникаций, языковой вкус и речевое поведение.

Формируется поведенческая «необязательность», особенно это проявляется в виртуальном и сетевом общении. Такая «виртуальная информационная свобода» влияет на установки потребления и вседозволенности, провоцирует непредсказуемые эмоционально-психологические реакции. Современная ситуация обращена к внутренней сущности человека, его духовным ценностям, уровню культурного развития и информационного поведения, к его нравственным критериям интеллекта. «Сначала машины будут выполнять большую часть работы за нас, однако не будут обладать интеллектом. Это хо-

рошо, если мы правильно будем этим управлять. Через несколько десятилетий искусственный интеллект станет достаточно развитым, чтобы стать причиной для беспокойства» [278].

Современное медиапространство создается коллективным разумом и деятельностью всех людей, но сфера человеческой жизнедеятельности незаметно уже подчинена условиям, в которых доминируют технологии, являясь сегодня средствами и инструментами планирования, управления и контроля индивидуального алгоритма развития личности и глобального мира в целом.

Сегодня на смену физическому (применение оружия, «оранжевые революции», терроризм и т. д.) и экономическому (безработица, обогащение за счет эксплуатации других стран, экономические санкции и т. д.) насилиям пришло насилие информационное: интенсификация информационного воздействия со стороны сил глобализма, вестернизация массовой культуры, навязывание индивидуалистического, потребительского отношения к жизни, диффузия традиций, ценностей, духовной культуры. «Сетевой компьютеринг – это одновременно и инструмент информационной, политической и культурной экспансии развитых стран. С его помощью возможны изменения политической карты мира и сложившегося соотношения между геополитическими центрами сил» [279, с. 318]. Все чаще наблюдается духовно-идеологический захват путем внесения в структуру жизненных ценностей страны несвойственных идеалов и устремлений, разрушения духовной безопасности с помощью информационной войны, где медиа являются доступным пространством для достижения такого рода целей. Под духовной безопасностью понимается «система условий, позволяющих культуре и обществу сохранять свои жизненно важные параметры в пределах исторически сложившейся нормы. Их выход за рамки нормы под воздействием различного рода факторов (прежде всего культурного, ценностно-нормативного характера) ведет к дезорганизации и, в конечном счете – к национальной катастрофе, т. е. распаду общества как целостной системы в связи с разрушением структурирующих его духовных оснований» [280, с. 75].

Сегодня прогрессивные общественные деятели, мировые ученые, известные бизнесмены ИТ-индустрии предостерегают человечество от возможных негативных последствий техногенного мира, в том числе активного внедрения и использования искусственного интеллекта. «Техника дойдет до такого совершенства, что человек сможет обойтись без себя» – говорил польский философ и писатель С. Е. Лец. Такие же

предостережения высказывает британский физик-теоретик С. Хокинг, утверждая, что «Появление полноценного искусственного интеллекта может стать концом человеческой расы. Такой разум возьмет инициативу на себя и станет сам себя совершенствовать со все возрастающей скоростью. Возможности людей ограничены слишком медленной эволюцией, мы не сможем тягаться со скоростью машины и проиграем. Машины будут умнее человека» [281].

Его точку зрения разделяет и американский предприниматель, общественный деятель, один из создателей крупнейшей компании *Microsoft* – Б. Гейтс: «Я в том лагере, который обеспокоен перспективой развития супер-интеллекта. Сначала машины будут выполнять большую часть работы за нас, однако не будут обладать супер-интеллектом. Это хорошо, если мы правильно будем этим управлять. Через несколько десятилетий искусственный интеллект станет достаточно развитым, чтобы стать причиной для беспокойства» [281].

Несмотря на такие пессимистические прогнозы развитие культуры в современных условиях неотделимо от развития технологий. Технические новинки являются мощным катализатором развития белорусского современного пространства. Достижения белорусского общества в XXI в. будут предопределяться инновациями и нововведениями, основанными на фундаментальной и прикладной науке. Сегодня Республика Беларусь обладает всеми атрибутами научно-технического и социального процесса, призванными обеспечить эффективное инновационное развитие. Информационные технологии и ресурсы образовали медиаинфраструктуру, которая теперь является системообразующим фактором социокультурной жизни белорусского общества, фундаментальным основанием современной политики государства.

В этом векторе развития многоуровневый и многоаспектный характер медиапространства опирается прежде всего на информационные технологии, которые в свою очередь способны модернизировать пространства национальных культур, усилить международный обмен, расширить амплитуды социально-политических, региональных, этнических, возрастных и иных мировоззренческих позиций. В этих условиях важно ориентироваться на созидательный, креативный социально-культурный характер медиа, способный удовлетворить и возвысить духовные интересы социума, сыграть существенную роль в формировании активной, творческой личности информационной эпохи.

СПИСОК ИСПОЛЪЗУЕМЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. *Гидденс, Э.* Социология / Э. Гидденс. – М. : Эдиториал УРСС, 1999. – 703 с.
2. *Мионов, В. В.* Коммуникационное пространство как фактор трансформации современной культуры и философии / В. В. Мионов // Вопросы философии. – 2006. – № 2. – С. 27–43.
3. *Мартынов, В. Ф.* Парадоксы современной культуры / В. Ф. Мартынов // Наука и образование в условиях социально-экономической трансформации общества : материалы XIII междунар. науч.-практ. конф., Минск, 15 апр. 2010 г. / Ин-т соврем. знаний им. А. М. Широкова ; редсовет: В. А. Мищенко (пред.) [и др.]. – Минск : Соврем. знания, 2010. – 425 с.
4. *Шарков, Ф. И.* Коммуникология. Основы теории коммуникации : учебник / Ф. И. Шарков. – М. : Дашков и К°, 2013. – 488 с.
5. *Медиа: между магией и технологией* / под ред. Н. Сосна, К. Федоровой. – М. : Екатеринбург : Кабинет. ученый, 2014. – 330 с.
6. *Почепцов, Г. Г.* Коммуникативные технологии двадцатого века / Г. Г. Почепцов. – М. : Релф-Бук ; Киев : Ваклер, 2000. – 348 с.
7. *Бакунин, М.* Философия. Социология. Политика / М. Бакунин. – М. : Правда, 1989. – 621 с.
8. *Ильенков, Э. В.* Что же такое личность? С чего начинается личность [Электронный ресурс] / Э. В. Ильенков. – Режим доступа: <http://phil.ulstu.ru/files/studentam/person.pdf>. – Дата доступа: 22.04.2017.
9. *Бердяев, Н. О.* О назначении человека / Н. О. Бердяев. – М. : Хранитель, 2006. – 478 с.
10. *Андреев, А. Н.* Культурология. Личность и Культура [Электронный ресурс] / А. Н. Андреев. – Режим доступа: <http://elib.bsu.by/bitstream/123456789/8086/1/Culturologia.pdf>. – Дата доступа: 04.02.2017.
11. *Краткий политический словарь* / В. П. Абаренков [и др.]. – М. : Политиздат, 1988. – 477 с.
12. *Левин, К.* Теория поля в социальных науках : [пер. с англ.] / К. Левин. – СПб. : Речь, 2000. – 368 с.
13. *Бодалев, А. А.* Общее и особенное в субъективном пространстве мира и факторы, которые их определяют / А. А. Бодалев // Мир психологии. – 1999. – № 4. – С. 26–29.

14. *Гримак, Л. П.* Гипноз в формировании здорового психологического пространства личности / Л. П. Гримак // Мир психологии. – 1999. – № 4. – С. 81–99.

15. *Jakle John, A.* Human Spasial Behaviour: A Social Geography / A. Jakle John, S. Bruun, C. Roseman. – North Sciatuate, 1976. – P. 118.

16. *Потемкин, В. К.* Пространство в структуре мира / В. К. Потемкин, А. Л. Симонов. – Новосибирск : Наука. Сибир. отделение, 1990. – 176 с.

17. *Дзялошинский, И. М.* Медиапространство России: коммуникационные стратегии социальных институтов : монография / И. М. Дзялошинский. – М. : АПК и ППРО, 2013. – 479 с.

18. *Тоффлер, Э.* Шок будущего / Э. Тоффлер. – М. : АСТ, 2009. – 795 с.

19. *Тоффлер, Э.* Революционное богатство / Э. Тоффлер. – М. : АСТ, 2007. – 576 с.

20. Тоффлер, Элвин [Электронный ресурс] // Википедия, свободная энциклопедия. – Режим доступа: <https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A2%D0%BE%D1%84%D1%84%D0%BB%D0%B5%D1%80,%D0%AD%D0%BB%D0%B2%D0%B8%D0%BD>. – Дата доступа: 04.02.2017.

21. *Самохвалова, В. И.* Массовый человек – реальность современного информационного общества / В. И. Самохвалова // Массовая культура и массовое искусство. «За» и «Против». – 2003. – № 1. – С. 102–147.

22. *Засурский, Я. Н.* Российское радиовещание – XX век. Самый открытый источник информации / Я. Н. Засурский // Искушение свободой. Российская журналистика. 1990–2004. – М. : Изд-во Моск. ун-та, 2004. – С. 356–358.

23. Маклюэн, Маршалл [Электронный ресурс] // Свободная энциклопедия Википедия. – Режим доступа: <https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9C%D0%B0%D0%BA%D0%BB%D1%8E%D1%8D%D0%BD,%D0%9C%D0%B0%D1%80%D1%88%D0%B0%D0%BB%D0%BB>. – Дата доступа: 25.03.2017.

24. *Маклюэн, П. М.* Понимание Медиа: Внешние расширение человека : пер. с англ. / П. М. Маклюэн. – 2-е изд. – М. : Гиперборель, 2007. – 464 с.

25. *Стрейт Л.* Изучение медиа как медиа [Электронный ресурс] / Л. Стрейт // МакЛюэн и медиаэкологический подход. – Режим доступа: <http://www.mcluhan.ru/>. – Дата доступа: 28.04.2017.

26. *Adams, P. C.* Geographies of media and communication : a critical introduction / P. C. Adams. – London : Wiley-Blackwell, 2009. – 288 p.

27. *Кин, Дж.* Демократия и декаданс медиа / Дж. Кин ; пер. с англ. Д. Кралечкин ; под науч. ред. А. Смирнов ; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». – М. : Изд. дом Высш. шк. экономики, 2015. – 312 с.

28. *Засурский, И. И.* Интернет и интерактивные электронные медиа: исследования / И. И. Засурский // Сборник лаборатории медиакультуры, коммуникации, конвергенции и цифровых технологий. – МГУ, 2007.

29. *Саймон, Р.* Кроссплатформенность – главный тренд мобильной индустрии [Электронный ресурс] / Р. Саймон. – Режим доступа: <https://ria.ru/ria70/20110601/382863881.html>. – Дата доступа: 27.03.2017.

30. Саймон, Ральф [Электронный ресурс] // Свободная энциклопедия Википедия. – Режим доступа: https://en.wikipedia.org/wiki/Ralph_Simon. – Дата доступа: 13.04.2017.

31. *Sunstein, C. R.* Republic.com 2.0 / C. R. Sunstein. – Princeton : Princeton University Press, 2007. – 251 p.

32. *Mediaspase: Place, Scale and Culture in of Media Art* / ed. by Nick Couldry and Ann McCarthy. – New York : Routledge, 2004.

33. *Ним, Е. Г.* Медиапространство: Основные направления исследований [Электронный ресурс] / Е. Г. Ним // Междунар. журн. – Режим доступа: <http://mic.org.ru/new/236-mediaprostranstvo-osnovnye-napravleniya-issledovaniy>. – Дата доступа: 01.04.2017.

34. *Смирнов, М. А.* Информационная среда и развитие общества / М. А. Смирнов // Информ. о-во, 2001. – № 5. – С. 50–54.

35. *Кириллова, Н. Б.* Медиасреда российской модернизации / Н. Б. Кириллова. – М. : Акад. проект, 2005. – 400 с.

36. *Литвинович, М.* Как интернет меняет медиапространство [Электронный ресурс] / М. Литвинович // Журн. клуб «ИнтелРос». – Режим доступа: http://www.intelros.ru/intelros/reiting/reiting_09/material_sofiy/8763-kak-internet-menyayet-mediaprostranstvo.html. – Дата доступа: 05.04.2017.

37. Глухарев, Д. С. Медиапространство как элемент информационной безопасности / Д. С. Глухарев // Вестн. ЮУрГУ. 2011. – № 9 (226). – С. 109–111.

38. Шелонаев, С. И. Медиапространство: структура и распределение социального капитала медиа-агентов / С. И. Шелонаев // Общество. Среда. Развитие (Terra Humana). – 2011. – № 4. – С. 81–85.

39. Боас, Ф. История и наука в антропологии: ответ [Электронный ресурс] / Ф. Боас // Антология исследований культуры. – Интерпретации культуры. – Т. 1. – Режим доступа: http://lib.uni-dubna.ru/search/files/phil_ant_cult1/~phil_ant_cult1.htm. – Дата доступа: 01.04.2017.

40. Iowie, R. H. Culture and ethnology / R. H. Iowie – New York : Boni and Liveright, 1917. – 474 p.

41. Herskovits, M. J. The processes of cultural change / M. J. Herskovits // The science of man in the world crisis / ed. by R. Linton. – New York : Columbia University Press, 1945. – 214 p.

42. Аккультурация [Электронный ресурс]. – 2012. – Режим доступа: <http://ru.wikipedia.org/wiki/%C0%EA%EA%F3%EB%FC%F2%F3%F0%E0%F6%E8%FF>. – Дата доступа: 17.03.2017.

43. Интернализация [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://ru.wikipedia.org/wiki/Интернализация>. – Дата доступа: 17.03.2017.

44. Herskovits, M. J. Man and his works: the science of cultural anthropology / M. J. Herskovits. – New York, 1948. – 673 с.

45. Fernandez, J. W. Tolerance in a Repugnant World and Other Dilemmas in the Cultural Relativism of M. J. Herskovits / J. W. Fernandez // Ethos. – 1990. – № 2. – P. 24–27.

46. Терещенко, О. В. Инкультурация : энциклопедия / О. В. Терещенко // Социология / сост. А. А. Грицанов. – Минск : Кн. дом, 2003. – С. 940.

47. Культура [Электронный ресурс] // Нац. филос. энцикл. – М., 2003. – Режим доступа: <http://www.term.ru/dictionary/879/word/kultura>. – Дата доступа: 08.04.2017.

48. Грушевская, Т. Г. Основы межкультурной коммуникации : учебник для вузов / Т. Г. Грушевская, В. Д. Попков, А. П. Садохин ; под ред. А. П. Садохина. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2002. – 352 с.

49. Матсумото, Д. Психология и культура / Д. Матсумото. – СПб. : Прайм-Еврознак : Нева ; М. : Олма-пресс, 2002. – 414 с.

50. Мид, М. Культура и мир детства : избр. произведения / М. Мид ; [пер. с англ. Ю. А. Асеева]. – М. : Наука, 1988. – 429 с.
51. Грушевская, Т. Г. Основы межкультурной коммуникации : учебник для вузов / Т. Г. Грушевская, В. Д. Попков, А. П. Садохин. Режим доступа: <http://www.textarchive.ru/01814648.html>. – Дата доступа: 17.03.2017.
52. Лысков, А. П. Человек: путь к цивилизации. Философский аспект социальной и культурной антропологии : монография / А. П. Лысков. – М. : Гуманитарий, 1997. – 120 с.
53. Выготский, Л. С. Проблема культурного развития ребенка / Л. С. Выготский // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 14. Психология. – 1991. – № 4. – С. 5–18.
54. Выготский, Л. С. Психология искусства / Л. С. Выготский. – М. : Лабиринт, 2010. – 352 с.
55. Ариарский, М. А. Педагогическая культурология / М. А. Ариарский. – СПб. : Концерт, 2012. – Т. 2 : Социально-культурная деятельность и технологии ее организации. – 448 с.
56. Васечко, Е. Н. Социокультурное становление личности в условиях закрытого общества : дис. ... д-ра филос. наук : 24.00.01 ; 09.00.11 / Е. Н. Васечко. – Ростов н/Д, 2002. – 275 л.
57. Дугарова, Ц. Д. Инкультурация личности в современной национальной школе : автореф. дис. ... канд. культурол. наук : 24.00.01 / Ц. Д. Дугарова ; Забайкал. гос. пед. ун-т им. Н. Г. Чернышевского. – Чита, 2004. – 21 с.
58. Нигматуллина, Г. А. Особенности процессов инкультурации российской молодежи на современном этапе : дис. ... канд. филос. наук : 24.00.01 / Г. А. Нигматуллина. – Казань, 2004. – 161 л.
59. Комарова, Г. Н. Художественно-эстетические практики как средство инкультурации личности (на примере детских артстудий) : дис. ... канд. пед. наук : 13.00.05 / Г. Н. Комарова. – Казань, 2006. – 208 л.
60. Антонова, Л. Е. Диалог как основа инкультурации личности : дис. ... канд. культурол. наук : 24.00.01 / Л. Е. Антонова. – Улан-Удэ, 2006. – 158 л.
61. Чубрик, Е. О. Русский детский фольклор как средство ранней инкультурации : дис. ... канд. культурол. наук : 24.00.01 / Е. О. Чубрик. – Владивосток, 2007. – 180 л.
62. Лебедева, Т. Ю. Вина как форма инкультурации личности : автореф. дис. ... канд. филос. наук : 24.00.01 / Т. Ю. Лебедева ; Нижегород. гос. пед. ун-т. – Н. Новгород, 2010. – 28 с.

63. *Кирова, М. Ю.* Педагогические условия инкультурации личности будущего учителя в образовательном процессе вуза : дис. ... канд. пед. наук : 13.00.08 / М. Ю. Кирова. – Чита, 2010. – 204 л.
64. *Севач, А. В.* СМИ как фактор инкультурации русскоязычного населения в Греции : дис. ... канд. культурол. наук : 24.00.01 / А. В. Севач. – М., 2011. – 196 л.
65. *Млечко, Е. Н.* Гендерная инкультурация в образовательном процессе высшей школы Республики Беларусь : автореф. дис. ... канд. культурол. наук : 24.00.01 / Е. Н. Млечко ; Бел. гос. ун-т культуры и искусств. – Минск, 2012. – 24 с.
66. *Белл, Д.* Эпоха разобщенности: размышления о мире 21 века / Д. Белл, В. Иноземцев. – М. : Свобод. мысль, 2007. – 304 с.
67. *Тоффлер, Э.* Третья волна : пер. с англ. / Э. Тоффлер. – М. : Назрань ; АСТ, 1999. – 781 с.
68. *Луман, Н.* Реальность массмедиа : пер. с нем. / Н. Луман. – М. : Канон+, 2012. – 239 с.
69. *Лакан, Ж.* Телевидение : пер. с фр. / Ж. Лакан. – М. : Гнозис, 2000. – 80 с.
70. *Эко, У.* Отсутствующая структура. Введение в семиологию / У. Эко. – СПб. : Петрополис, 1998. – 432 с.
71. *Adorno, T.* The Culture Industry: Selected Essays on Mass Culture / T. Adorno ; ed. by J. M. Bernstein. – London : Routledge, 1991. – 338 с.
72. *Сорокин, П.* Человек, цивилизация, общество / П. Сорокин. – М. : Политиздат, 1992. – 330 с.
73. *Кастельс, М.* Информационная эпоха: Экономика, общество и культуры / М. Кастельс ; под ред. О. И. Шкаратана. – М. : ГУВШЭ, 2000. – 608 с.
74. *Кастельс, М.* Галактика Интернет: размышления об Интернете, бизнесе и обществе / М. Кастельс ; пер. с англ. А. Матвеева ; под ред. В. Харитоновна. – Екатеринбург : У-Фактория, 2004. – 327 с.
75. *Будье, П.* Рынок символической продукции [Электронный ресурс] / П. Будье // Социологическое пространство Пьера Будье. – 2007. – Режим доступа: <http://bourdieu.narod.ru>. – Дата доступа: 22.03.2017.
76. *Жижек, С.* Киберпространство, или Невыполнимая замкнутость бытия / С. Жижек // Искусство кино. – 1998. – № 1. – С. 123–126.

77. *Рашкофф, Д.* Медиавирус. Как поп-культура тайно воздействует на ваше сознание / Д. Рашкофф ; пер. с англ. Д. Борисова. – М. : Ультра. Культура, 2003. – 368 с.

78. «Нейронное кружево» свяжет человеческий мозг и компьютер [Электронный ресурс] // Портал трейдеров UTMAG. – Режим доступа: <https://utmagazine.ru/posts/20129-ilon-mask-neyronnoe-kruzhevo-svyazhet-chelovecheskiy-mozgom-i-kompyuter>. – Дата доступа: 04.04.2017.

79. Средства коммуникации и проблемы развития личности ребенка : материалы междунар. семинара, Звенигород, 16–17 июля 1993 г. / под ред. А. В. Шарикова. – М. : Юнпресс, 1994. – 166 с.

80. *Ястребцева, Е.* Ребенок и средства массовой коммуникации в отечественной школе / Е. Ястребцева // Средства массовой коммуникации и развитие личности ребенка : материалы междунар. семинара (16–17 июля 1993 г., Звенигород) / под ред. А. В. Шарикова. – М. : Юнпресс, 1994. – С. 44–47.

81. *Зверева, И. А.* Идентичность как философская проблема: социокультурные основания : дис. ... канд. филос. наук : 09.00.01 / И. А. Зверева. – М., 2010. – 179 л.

82. *Грабельников, А. А.* Общественное самоуправление и массовая коммуникация : учеб. пособие / А. А. Грабельников. – М. : Изд-во Рос. ун-та дружбы народов, 1992. – 65 с.

83. *Жабский, М. И.* Социокультурная драма кинематографа. Аналитическая летопись (1969–2005 гг.) / М. И. Жабский. – М. : Канон+, 2009. – 774 с.

84. *Кирилова, Н. Б.* Медиакультура: от модернизма к постмодерну / Н. Б. Кирилова. – М. : Акад. Проект, 2005. – 448 с.

85. *Кузнецова, Е. И.* Медиальность и медиакультура как факторы динамики социальной среды : автореф. дис. ... д-ра филос. наук : 09.00.11 / Е. И. Кузнецова ; Нижегород. гос. лингв. ун-т им. Н. А. Добролюбова. – Н. Новгород, 2010. – 55 с.

86. *Мельник, Г. С.* Массовая коммуникация как фактор политического влияния : автореф. дис. ... д-ра полит. наук : 23.00.03 ; 10.00.05 / Г. С. Мельник ; С.-Петерб. гос. ун-т. – СПб., 1998. – 39 с.

87. *Мухин, А. А.* Медиа-империи России / А. А. Мухин. – М. : Алгоритм ; Алгоритм-Книга, 2005. – 284 с.

88. Культурная политика России. История и современность: Два взгляда на одну проблему / Рос. ин-т культурологии ; редкол.: К. Э. Разлогов [и др.]. – М. : Либерия, 1998, – 295 с.

89. *Стровский, Д. А.* Отечественные политические традиции в журналистике советского периода : автореф. дис. ... д-ра полит. наук : 10.01.10 / Д. А. Стровский ; Урал. гос. ун-т им. А. М. Горького. – Екатеринбург, 2002. – 43 с.

90. *Федоров, А. В.* Медиаобразование / А. В. Федоров // Словарь терминов по медиаобразованию, медиапедагогике, медиаграмотности, медиакомпетенции / под общ. ред. А. В. Федорова. – Таганрог, 2010. – С. 26.

91. *Борзенко, А. Е.* Мультимедиа для всех / А. Е. Борзенко. – М. : КомпьютерПресс, 1995. – 222 с.

92. *Шариков, А. В.* Возрастные особенности телевизионных ориентаций школьников [Микроформа] : (по материалам обследования моск. школьников) : дис. ... канд. пед. наук : 13.00.01 / А. В. Шариков. – М., 1989. – 216 л.

93. *Шлыкова, О. В.* Социокультурная природа мультимедиа : автореф. дис. ... д-ра культурол. наук : 24.00.01 / О. В. Шлыкова ; Моск. гос. ун-т культуры и искусств. – М., 2004. – 42 с.

94. *Кириллова, Н. Б.* Медиакультура: от модерна к постмодерну / Н. Б. Кириллова. – Режим доступа: www.refdb.ru/lool/2037961-pal.html. – Дата доступа: 17.03.2017.

95. *Гиляревский, Р. С.* Введение в интеллектуальную коммуникацию : учеб. пособие / Р. С. Гиляревский. – М. : Рос. открытый ун-т, 1992. – 130 с.

96. *Сергеева, О. В.* Медиакультура в практиках повседневности : автореф. дис. ... д-ра социолог. наук : 22.00.06 / О. В. Сергеева ; С.-Петерб. гос. ун-т. – СПб., 2011. – 45 с.

97. *Сергеева, О. В.* Медиакультура в практиках повседневности : дис. ... д-ра социолог. наук : 22.00.06 / О. В. Сергеева ; С.-Петерб. гос. ун-т. – СПб., 2011. – 411 л.

98. *Возчиков, В. А.* Философия образования и медиакультура информационного общества: автореф. дис. ... д-ра филос. наук : 09.00.11 / В. А. Возчиков ; Рос. гос. пед. ун-т им. А. И. Герцена. – СПб., 2007. – 26 с.

99. *Бураўкін, А. Г.* Мультимедійні технології фармавання національних інфармаційних ресурсаў / А. Г. Бураўкін // Упр. інформаційними ресурсами : матеріали III міжнарод. науч.-практ.

- конф., Минск, 12 мая 2005 г. / Акад. упр. при Президенте Респ. Беларусь; редкол.: В. Ф. Быченков [и др.]. – Минск, 2005. – С. 108–110.
100. Белорусская национальная медиасреда / Информ.-аналит. центр при Администрации Президента Респ. Беларусь; [А. В. Гусев и др.]; под ред. : О. В. Пролесковского [и др.]. – Минск : Белорус. Дом Печати, 2011. – 111 с.
101. *Жылінская, Т. С.* Фармаванне асноў медыякультуры як сродак павышэння эфектыўнасці выкладання інфарматыкі ў вузах культуры / Т. С. Жылінская // Наука, образование и культура: состояние и перспективы инновационного развития : материалы междунар. научн.-практ. конф., Мозырь, 27–28 марта 2008 г. : в 2 ч. / Мозыр. гос. пед. ун-т, науч.-исслед. ин-т регион. проблем реабилитологии и нар. культуры; редкол.: В. В. Валетов (гл. ред.) [и др.]. – Мозырь, 2008. – Ч. 1. – С. 84–87.
102. Медиакультура специалиста : учебная программа по специальности 1-21 04 01 «Культурология» (по направлениям), специализации 1-21 04 01-02 04 «Информационные системы в культуре» / [сост. Т. С. Жилинская]. – Минск : БДУКИ, 2010. – 18 с.
103. *Колбышева, С. И.* Формирование аудиовизуальной грамотности старшеклассников средствами анимационного кино (на материале факультативных занятий «Искусство кино») : автореф. дис. ... канд. пед. наук : 13.00.02 / С. И. Колбышева ; Витеб. гос. ун-т им. П. М. Машерова. – Витебск, 2011. – 26 с.
104. *Корзун, И. Н.* Формирование медиакультуры при обучении деловому общению / И. Н. Корзун, Д. В. Лобынько // Бизнес-коммуникация и языки для специальных целей: опыт, стратегии, проблемы : материалы междунар. науч.-практ. конф., Минск, 14–15 мая 2009 г. / Бел. гос. экон. ун-т; редкол.: В. С. Слепович [и др.]. – Минск, 2009. – С. 17–18.
105. *Саенкова, Л. П.* Трансформация экранных форм в контексте медиакультуры / Л. П. Саенкова // Весн. Беларус. дзярж. ун-та. Сер. 4. Філалогія. Журналістыка. Педагогіка. – 2010. – № 2. – С. 79–82.
106. *Сарна, А. Я.* Образ и медиум: визуальный текст в массовой коммуникации : сб. ст. / А. Я. Сарна. – Минск : Четыре четверти, 2012. – 205 с.
107. *Воронович, И. Н.* Самоактуализация личности в культуре техногенного общества: сущность, формы и детерминанты : дис. ... канд. культурологии : 24.00.01 / И. Н. Воронович ; Бел. гос. ун-т культуры и искусств. – Минск, 2010. – 127 л.

108. *Можейко, М. А.* Идея нелинейности и феномен неопределенности: методологический поворот в современной науке [Электронный ресурс] / М. А. Можейко // Электрон. б-ка БГУ. – Режим доступа: <http://elib.bsu.by/bitstream/123456789/49625/1/pages%2039-53%20%D0%9C%D0%BE%D0%B6%D0%B5%D0%B9%D0%BA%D0%BE.pdf>. – Дата доступа: 18.04.2017.

109. *Смолік, А. І.* Инкультурацыя дзяцей, падлеткаў ў працэсе засваення традыцый культуры / А. І. Смолік // Штудый Рэсп. сязоннай фальклорнай школы // Бел. дзярж. ун-т культуры і мастацтваў; рэдкал.: В. В. Калацей (гал. рэд.) [і інш.]. – Мінск : Бел. дзярж. ун-т культуры і мастацтваў, 2007. – С. 27–32.

110. *Сухоцкая, Т. Ф.* Гаспадарская парадыгма ў беларускай культуры / Т. Ф. Сухоцкая // Культура. Навука. Творчасць : матэрыялы VII Міжнар. навук.-практыч. канф., Мінск, 29–30 крас. 2013 г. / Беларус. дзярж. ун-т культуры і мастацтваў; рэдкал.: В. Р. Языковіч (гал. рэд.) [і інш.]. – Мінск, 2013. – С. 382–385.

111. Особенности функционирования информационного поля Республики Беларусь в современных условиях / Н. П. Веремеева [и др.]; Беларус. гос. ун-т. – Минск : БГУ, 2011. – 29 с.

112. *Кузміч, Т. В.* Інфармацыйная культура асобы : вуч. дапам. / Т. В. Кузміч. – Мінск : Беларус. дзярж. ун-т культуры і мастацтваў, 2002. – 168 с.

113. *Лазаревич, А. А.* Глобальное коммуникативное общество / А. А. Лазаревич. – Минск : Беларус. наука, 2008. – 350 с.

114. *Науменко, Г.* Стратегии развития информационного общества / Г. Науменко // Наука и инновации. – 2010. – № 8 (90) – С. 17–18.

115. *Ротман, Д. Г.* Информационное пространство Беларуси и России: перспективы развития / Д. Г. Ротман, О. В. Иванюта, Н. П. Веремеева // Журналист : ежекварт. общ.-практ. и науч.-попул. журн. / М-во информ. Респ. Беларусь; Обществ. об-ние «Белорус. союз журналистов». – 2008. – № 1. – С. 46–49.

116. *Ходанович, А.* Проблема использования интернет-контента есть и в Беларуси [Электронный ресурс] / А. Ходанович // Маркетинг.by. – Режим доступа: <http://marketing.by/main/market/analytics/0034344/>. – Дата доступа: 21.03.2017.

117. *Градюшко, А. А.* Дизайн СМИ: тренды XXI века / А. А. Градюшко // Новые смыслы и практики медиаобразования : материалы IV Междунар. науч.-практ. конф., 26–27 сент. 2014 г., Москва. – М. : Фак. журналистики МГУ им. М. В. Ломоносова, 2014. – С. 19–24.

118. *Зиссер, Ю. А.* Интернет-телевидение – перспектива развития для Байнета и Рунета. Медиафера России и Беларуси в условиях современных геополитических трансформаций / Ю. А. Зиссер // Правовое обеспечение инновационного развития экономики Республики Беларусь : материалы междунар. науч.-практ. конф., Минск, 21–22 окт. 2010 г. – Минск : Изд. центр БГУ, 2010. – С. 92.

119. *Маючий, В. В.* Усиление медийного влияния телевидения при использовании новых форм коммуникации: на примере телеканала «Беларусь-ТВ» / В. В. Маючий // Журналістыка – 2009: стан, праблемы і перспектывы : матэрыялы 11-й Міжнар. навук.-практ. канф., прысвечанай 65-годдзю фак. журналістыкі, Мінск, 3–4 снеж. 2009 г. / БДУ ; рэдкал.: С. В. Дубовік (адк. рэд.) [і інш.]. – Мінск, 2010. – С. 160–162.

120. *Маючий, В. В.* ТВ в белорусском медиаландшафте / В. В. Маючий // Беларус. думка. – 2010. – № 10. – С. 63–66.

121. *Толстик, И. А.* Медиафера в системе международной интеграции / И. А. Толстик ; под ред. С. В. Решетникова ; Ин-т экономики НАН Беларуси. – Минск : Право и экономика, 2010. – 235 с.

122. *Плавник, А. А.* Основные этапы развития аудиовизуальных СМИ : учеб.-метод. комплекс для студентов фак. журналистики спец. Е 23 01 08-02 «Журналистика» / А. А. Плавник. – Минск : БГУ, 2003. – 104 с.

123. Информационное поле Республики Беларусь. Структура и подходы к изучению / В. В. Правдивец [и др.]. – Минск : Зималето, 2009. – 184 с.

124. *Пролесковский, О.* Информационное пространство Беларуси: реалии и перспективы [Электронный ресурс] / О. Пролесковский // Информационный ресурс belta.by. – Режим доступа: http://www.belta.by/ru/conference/i_152.htm. – Дата доступа: 23.03.2017.

125. *Рак, И. В.* О развитии сети электросвязи / И. В. Рак // Медиафера России и Беларуси в условиях современных геополитических трансформаций : материалы междунар. науч.-практ. конф., Минск, 21–22 окт. 2010 г. – Минск : Изд. центр БГУ, 2010. – С. 130.

126. *Сарна, А. Я.* Образ и медиум: визуальный текст в массовой коммуникации : сб. ст. / А. Я. Сарна. – Минск : Четыре четверти, 2011. – 208 с.

127. *Вараб'еў, В. П.* Перспектывы медыяадукацыі. Ретраспектыўным газетным радком. Навукова-практычны пошук / В. П. Вараб'еў. – Мінск, 2005. – 250 с.

128. *Іўчанкаў, В. І.* Медыярыторыка: рытарычныя асновы журналістыкі, лінгвістыка публіцыстычнага тэксту, дыскурсны аналіз сродкаў масавай інфармацыі : курс лекцый / В. І. Іўчанкаў. – Мінск : Адукацыя і выхаванне, 2009. – 280 с.

129. *Ремішевский, К. И.* Белорусская экранная документалистика как элемент медиакультуры и перспективы ее использования в образовательном процессе гуманитарного цикла / К. И. Ремішевский // Нав.-метад. і інфарм. суправаджэнне падрыхтоўкі кадраў для сферы культуры і мастацтва : матэрыялы навук.-метадыч. канф., 3 лют. 2010 г. / Беларус. гос. ун-т культуры і искусств ; рэдкал.: Р. А. Ровіна (адк. рэд.) [і інш.]. – Мінск, 2010. – С. 167–173.

130. *Русецкий, А. В.* Художественная культура Беларуси и образование: проблемы и перспективы взаимодействия / А. В. Русецкий. – Витебск : Изд-во ВГУ, 2008. – 167 с.

131. *Культура и культурология : словарь* / ред.-сост. А. И. Кравченко. – Екатеринбург : Деловая кн., – М. : Акад. проект, 2003. – 926 с.

132. *Дубянецкі, Э. С.* Культуралогія : энцыкл. давед. / Э. С. Дубянецкі ; маст. А. А. Глекаў. – Мінск : БелЭн, 2013. – 384 с.

133. *Медиа-арт* [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://visaginant.nm.ru/POST/media.htm>. – Дата доступа: 20.03.2017.

134. *Усов, Ю. Н.* Медиаобразование. Программа для учащихся 10–11 класса общеобразовательной школы / Ю. Н. Усов // Основы экранной культуры. Цикл программ. – М., 2000. – С. 55–59.

135. *Федоров, А. В.* Медиаобразование в педагогических вузах / А. В. Федоров. – Таганрог : Кучма Е. А., 2003. – 124 с.

136. *О создании компьютерного банка данных проектов законов Республики Беларусь* [Электронный ресурс] : Указ Президента Респ. Беларусь от 24 июля 1998 г., № 376 // КонсультантПлюс / Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2014.

137. *О совершенствовании механизма государственного управления процессами информатизации в Республике Беларусь* [Электронный ресурс] : постановление Совета Министров Респ. Беларусь от 28 нояб. 1997 г. № 1564 // КонсультантПлюс / Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2017.

138. О развитии в республике работ по созданию единой научно-информационной компьютерной сети [Электронный ресурс] : постановление Совета Министров Респ. Беларусь от 22 октября 1998 г. № 1609 // КонсультантПлюс / Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2017.

139. О некоторых вопросах информатизации в Республике Беларусь : Указ Президента Респ. Беларусь от 6 апр. 1999 г. № 195 // Национальный реестр правовых актов Республики Беларусь. – 1999. – № 28. – 1/231.

140. Государственная программа информатизации Республики Беларусь на 2003–2005 годы и на перспективу до 2010 года «Электронная Беларусь» [Электронный ресурс] // Национальный центр правовой информации Республики Беларусь. – 2012. – Режим доступа: <http://ncpi.gov.by>. – Дата доступа: 07.04.2017.

141. Об участии НАН Беларуси в мероприятиях по созданию в Республике Беларусь электронного правительства / В. А. Лапицкий [и др.] // Развитие информатизации и государственной системы научно-технической информации (РИНТИ-2016) : докл. Междунар. конф., Минск, 17 нояб. 2016 г. / ОИПИ НАН Беларуси. – Минск : ОИПИ НАН Беларуси, 2016. – 404 с.

142. Информационное общество в Республике Беларусь [Электронный ресурс] : стат. сб. / Нац. стат. ком. Респ. Беларусь. – Режим доступа: http://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/realny-sector-ekonomiki/svyaz-i-informatsionno-kommunikatsionnye-tehnologii/informatsionno-kommunikatsionnye-tehnologii/publikatsii_5/index_722/. – Дата доступа: 04.04.2017.

143. Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/realny-sector-ekonomiki/svyaz-i-informatsionno-kommunikatsionnye-tehnologii/informatsionno-kommunikatsionnye-tehnologii/godovye-dannye-1995-2011-gody-_2/raspredelenie-organizatsii-po-tipam-dostupa-k-seti-internet/index.php?sphrase_id=115758. – Дата доступа: 06.04.2017.

144. ПВТ не смог заработать 1 миллиард долларов за год [Электронный ресурс] / Новостной ресурс: TUT.BY. – Режим доступа: <https://42.tut.by/532582>. – Дата доступа: 03.03.2017.

145. Официальные Интернет-ресурсы Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.catalog.gov.by/>. – Дата доступа: 02.03.2017.

146. Удельный вес домашних хозяйств, имеющих доступ к сети Интернет с домашнего компьютера в общем числе домашних хозяйств [Электронный ресурс] // Национальный статистический комитет Республики Беларусь. – Режим доступа: <http://dataportal.belstat.gov.by/Indicators/Preview?key=31801>. – Дата доступа: 07.03.2017.

147. Телекоммуникационный сектор [Электронный ресурс] // ЮНИТЕР. – Режим доступа: <http://www.uniter.by/upload/ibloc/897/897484245b3bc2c37632a063c962d811.pdf>. – Дата доступа: 05.04.2017.

148. Бердникова, Ю. Н. Интернет-среда электронных коммуникаций с органами государственного управления социально-трудовой сферы / Ю. Н. Бердникова // Развитие информатизации и государственной системы научно-технической информации (РИНТИ-2016) : докл. Междунар. конф., Минск, 17 нояб. 2016 г. / ОИПИ НАН Беларуси. – Минск : ОИПИ НАН Беларуси, 2016. – 404 с.

149. Модельный закон о дистанционном обучении государствах – участниках СНГ [Электронный ресурс] // КонсультантПлюс / Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2014.

150. Концепции информатизации системы образования Республики Беларусь на период до 2020 года [Электронный ресурс] // КонсультантПлюс / Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2014.

151. Стратегия развития информационного общества в Республике Беларусь на период до 2015 года [Электронный ресурс] : постановление Совета Министров Респ. Беларусь, 9 авг. 2010 г., № 1174 // Национальный правовой портал Республики Беларусь. – Режим доступа: <http://www.pravo.by/webnpa/text.asp?RN=C21001174>. – Дата доступа: 23.04.2017.

152. Государственная программа развития цифровой экономики и информационного общества на 2016–2020 годы [Электронный ресурс] : постановление Совета Министров Респ. Беларусь, 23 марта 2016 г., № 235 // Национальный правовой портал Республики Беларусь. – Режим доступа: <http://www.government.by/upload/docs/file4c1542d87d1083b5.PDF>. – Дата доступа: 03.04.2017.

153. Андреев, А. А. Дистанционное обучение и дистанционные образовательные технологии [Электронный ресурс] / А. А. Андреев, В. И. Солдаткин // Научная электронная библиотека КиберЛенинка. – 2013. – № 1. – Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/distantcionnoe-obuchenie-i-distantcionnye-obrazovatelnye-tehnologii>. – Дата доступа: 15.03.2017.

154. О внесении изменений и дополнений в Закон Республики Беларусь «О научной деятельности» и Кодекс Республики Беларусь об образовании» [Электронный ресурс] : Закон Респ. Беларусь (проект) // Официальный сайт Министерства образования Республики Беларусь. – Режим доступа: <http://edu.gov.by/>. – Дата доступа: 22.04.2017.

155. *Абдраимов, Б. Ж.* Межвузовское сотрудничество как ключевой фактор развития общего образовательного пространства: евразийское измерение [Электронный ресурс] / Б. Ж. Абдраимов. – 2011. – Режим доступа: www.ia-centr.ru/expert/4223. – Дата доступа: 28.03.17.

156. Сотрудничество с евразийской ассоциацией педагогических университетов [Электронный ресурс] / Сайт УО «Белорусский государственный педагогический университет им. М. Танка». – Режим доступа: <http://bspu.by/news/universitet/sotrudnichestvo-s-evraziiskoi-associaciei-pedagogicheskikh-universitetov>. – Дата доступа: 24.03.2017.

157. *Ванчугов, В. В.* Евразийская Ассоциация университетов [Электронный ресурс] / В. В. Ванчугов. – 2010. – Режим доступа: <http://www.humanities.edu.ru/db/msg/19531>. – Дата доступа: 20.04.2017.

158. Более 100 участников приедут в Минск на первый Евразийский форум молодых ученых [Электронный ресурс] // Кадровый портал Spok.by. – Режим доступа: http://spok.by/novosti/vsya-lenta/bolee-100-uchastnikov-priedut-v-minsk-na_naaaa0002189-189. – Дата доступа: 13.04.2017.

159. Конвергенция дисциплин и пространств. РФФИ призывает к интеграции евразийского научно-исследовательского пространства [Электронный ресурс] // Российский фонд фундаментальных исследований. – Режим доступа: http://www.rfbr.ru/rffi/ru/press_about/o_1944318. – Дата доступа: 13.03.2017.

160. Международный форум «Интеграционные процессы в управлении образованием» [Электронный ресурс] // Портал Акад. упр. при Президенте Респ. Беларусь. – Режим доступа: http://www.pac.by/ru/news-feeds/actual-information/mezhdunarodnyj-forum-integratsionnye-protsessy-v-upravlencheskom-obrazovanii-sostoitsja-28-janvarja-v-minske_i_0000005848.html. – Дата доступа: 13.02.2017.

161. Этнос и парадигма трансдисциплинарности [Электронный ресурс] // Трансдисциплинарные исследования. – Режим доступа: <http://transstudy.ru/filosofiya-transdisciplinarnost.html>. – Дата доступа: 02.02.2017.

162. *Lawrence, R. J.* Housing and health: From interdisciplinary principles to transdisciplinary research and practice. *Futures*, 2004 / R. J. Lawrence. – Vol. 36, № 4. – P. 488–489.

163. *Смоликова, Т. М.* Многоаспектность евразийского информационно-образовательного пространства в условиях межвузовской кооперации / Т. М. Смоликова // Евразийское пространство диалога Беларуси, Казахстана, России, Армении, Кыргызстана: культура, философия, экономика : материалы Междунар. науч. конф., Минск, 17 марта 2016 г. / Белорус. нац. техн. ун-т ; под ред. А. И. Лойко. – Минск, 2016. – С. 164–168.

164. *Абламейко, С. В.* Национальный образовательный грид-сегмент: стратегия развития и приложения / С. В. Абламейко, В. В. Анищенко, Ю. И. Воротницкий // Суперкомпьютерные системы и их применение : докл. III междунар. науч. конф., в 2 т. (Минск, 25–27 мая 2010 г.). – Минск : ОИПИ НАН Беларуси, 2010. – Т. 1. – С. 19–27.

165. *Абламейко, С. В.* Перспективы применения «облачных» технологий в системе образования / С. В. Абламейко, Ю. И. Воротницкий, Н. И. Листопад // Суперкомпьютерные системы и их применение : докл. IV междунар. науч. конф. (Минск, 23–25 окт. 2012 г.). – Минск : ОИПИ НАН Беларуси, 2012. – С. 29–36.

166. «Облачная» концепция информатизации системы образования Республики Беларусь / С. В. Абламейко [и др.] // Информатизация образования. – 2012. – № 3. – С. 13–29.

167. *Абламейко, С. В.* Основные направления и технологии развития беспроводной инфраструктуры научно-образовательных сетей / С. В. Абламейко, Ю. И. Воротницкий, В. П. Кочин // Развитие информатизации и государственной системы научно-технической информации (РИНТИ_2015) : докл. XIV Междунар. конф., Минск, 19 нояб. 2015 г. – Минск : ОИПИ НАН Беларуси, 2015. – С. 17–24.

168. *Андреев, А. А.* Дистанционное обучение и дистанционные образовательные технологии [Электронный ресурс] / А. А. Андреев, В. И. Солдаткин // Открытое образование. – Режим доступа: <http://open.edu.rea.ru/jour/article/view/218>. – Дата доступа: 15.04.2017.

169. Кодекс Республики Беларусь об образовании [Электронный ресурс] : 13 янв. 2011 г., № 243-З : принят Палатой представителей 2 дек. 2010 г. : одобр. Советом Респ. 22 дек. 2010 г. // ЭТАЛОН. Законодательство Республики Беларусь / Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2017.

170. Интенсивное обучение: технологии организации образовательного процесса : практ. рук. / И. В. Шеститко [и др.]. – Светлая Роща : ИППК МЧС Респ. Беларусь, 2014. – 136 с.

171. *Абламейко, С. В.* Актуальные направления информатизации учреждений образования / С. В. Абламейко, Ю. И. Воротницкий // Развитие информатизации и государственной системы научно-технической информации (РИНТИ-2016) : докл. XV Междунар. конф., Минск, 17 нояб. 2016 г. / ОИПИ НАН Беларуси. – Минск, 2016. – С. 18–24.

172. Превосходя ожидания. В поиске эффективных способов передвижения, работы и развития для городов [Электронный ресурс] // Информационный ресурс Uber. – Режим доступа: <https://www.uber.com/ru-BY/helping-cities/>. – Дата доступа: 18.01.2017 г.

173. Uber. Uber Technologies Inc [Электронный ресурс] // Википедия – свободная энциклопедия – Режим доступа: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Uber>. – Дата доступа: 19.03.2017.

174. *Смоликова, Т. М.* Uber-университет как инновационная модель интеграции информационных и педагогических технологий / Т. М. Смоликова // Дорожная карта информатизации: от цели к результату : тезисы докл. IV Открытой междунар. науч.-практ. конф., Минск, 16–17 февр. 2017 г. / МГИРО ; под общ. ред. Т. И. Мороз. – МГИРО, 2017. – С. 96.

175. Дополненная реальность [Электронный ресурс] / Википедия. Свободная энциклопедия. – Режим доступа: <https://ru.wikipedia.org/wiki/>. – Дата доступа: 17.03.2017.

176. *Ищенко, А.* «Перевернутый класс» – инновационная модель обучения [Электронный ресурс] / А. Ищенко // Учительская газета. Независимое педагогическое издание. – Режим доступа: http://www.ug.ru/method_article/876. – Дата доступа: 11.04.2017.

177. *Батаев, А. В.* Доля мирового рынка дистанционного образования [Электронный ресурс] / А. В. Батаев // Молодой ученый. – 2015. – № 20 (100). – Режим доступа: <http://moluch.ru/archive/100/22587/>. – Дата доступа: 16.04.2017.

178. *Назаров, М. М.* Массовая коммуникация и общество. Введение в историю и исследования / М. М. Назаров. – М. : Либроком, 2014. – 354 с.

179. *Шарков, Ф. И.* Коммуникология: основы теории коммуникации : учебник / Ф. И. Шарков. – М. : Дашков и К°, 2010. – 592 с.

180. *Гнатюк О. Л.* Из истории американской коммуникологии и коммуникативистики: Гарольд Лассуэлл (1902–1978) / О. Л. Гнатюк // Актуальные проблемы теории коммуникации : сб. науч. тр. – СПб. : СПбГПУ, 2004. – С. 11–20.

181. *Назарчук, А. В.* Теория коммуникаций в современной философии / А. В. Назарчук. – М. : Прогресс-Традиция, 2009. – 336 с.

182. *Ахмадулин, Е. В.* Моделирование процессов массовой коммуникации [Электронный ресурс] / Е. В. Ахмадулин // Портал Южного Федерального университета. – Режим доступа: <http://ahmadulin.hor.ru/index.htm>. – Дата доступа: 04.04.2017.

183. *Ноэльль-Нойман, Э.* Общественное мнение: открытие спирали молчания (фрагменты монографии) [Электронный ресурс] / Э. Ноэльль-Нойман. – Режим доступа: <http://www.socioline.ru>. – Дата доступа: 16.04.2017.

184. *Rogers, E. M.* Diffusion of innovations / E. M Rogers. – 4th ed. – New York : The Free Press, 1995.

185. *Лисафьев, С. В.* Основные этапы теории диффузии инноваций [Электронный ресурс] / С. В. Лисафьев, В. Д. Секерин // Мир (Модернизация. Инновации. Развитие). – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/osnovnye-etapy-razvitiya-teorii-diffuzii-innovatsiy>. – Дата доступа: 20.04.2017.

186. Профессия «специалист по связям общественностью» внесена в Единый квалификационный справочник должностей [Электронный ресурс] // Интернет-ресурс Маркетинг.by. – Режим доступа: <http://marketing.by/novosti-rynka/professiya-spetsialist-po-svyazyam-s-obshchestvennostyu-vnesena-v-edinyy-kvalifikatsionnyy-spravochnik-dolzhnostey/>. – Дата доступа: 27.04.2017.

187. 8 июля на всем пространстве СНГ отмечают день PR-специалиста [Электронный ресурс] // Интернет-ресурс Маркетинг.by. – Режим доступа: <http://marketing.by/analitika/28-iyulya-na-vsem-prostranstve-sng-otmechayut-den-pr-spetsialista/>. – Дата доступа: 27.04.2017.

188. Белорусский рынок насытился PR-специалистами. Результаты исследования Института журналистики БГУ [Электронный ресурс] // Официальный сайт «Маркетинг.ВУ». – Режим доступа: <http://marketing.by/analitika/beloruskiy-rynok-nasytilsya-pr-spetsialistami-rezultaty-issledovaniya-instituta-zhurnalistiki-bgu/>. – Дата доступа: 28.03.2017.

189. Академия коммуникации БГУ открывает учебный сезон [Электронный ресурс] // Официальный сайт БГУ. – Режим доступа: <http://www.bsu.by/ru/main.aspx?guid=235131&detail=767653>. – Дата доступа: 28.03.2017.

190. Реклама [Электронный ресурс] // Электронные словари, энциклопедии Академик. – Режим доступа: <http://dic.academic.ru/dic.nsf/ruwiki/96997>. – Дата доступа: 05.02.2017

191. Виды рекламы. Обзор инструментов, к которым надо приглядеться [Электронный ресурс] // Генер. директор. – Режим доступа: <http://www.gd.ru/articles/8021-vidy-reklamy>. – Дата доступа: 28.04.2017.

192. В Беларуси доступен новый формат нативной рекламы [Электронный ресурс] // Официальный сайт «Маркетинг.БГУ». – Режим доступа: <http://marketing.by/novosti-rynka/v-belarusi-dostupen-novyy-format-nativnoy-reklamy/>. – Дата доступа: 24.04.2017.

193. Что творится на рынке интернет-рекламы в Беларуси: динамика, тренды, инвестиции [Электронный ресурс] // Интернет-ресурс «Маркетинг.by». – Режим доступа: <http://marketing.by/analitika/chto-tvoritsya-na-rynke-internet-reklamy-v-belarusi-dinamika-trendy-investitsii/>. – Дата доступа: 05.04.2017.

194. Брендинг и маркетинг Беларуси [Электронный ресурс] // Официальный сайт «Imagebelarus.by». – Режим доступа: <http://imagebelarus.by/node/1286>. – Дата доступа: 30.04.2017.

195. Средства массовой информации в Беларуси [Электронный ресурс] // Официальный сайт Республики Беларусь «Беларусь.by». – Режим доступа: <http://www.belarus.by/ru/about-belarus/mass-media-in-belarus>. – Дата доступа: 30.04.2017.

196. Нетворкинг [Электронный ресурс] // Википедия – свободная энциклопедия. – Режим доступа: <https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9D%D0%B5%D1%82%D0%B2%D0%BE%D1%80%D0%BA%D0%B8%D0%BD%D0%B3>. – Дата доступа: 22.02.2017.

197. *Салякаев, А.* Неслучайные связи: нетворкинг как образ жизни / А. Салякаев. – М. : Альпина Паблишер, 2015. – 214 с.

198. *Бабушкин, А.* Эффективный нетворкинг. Как прокачать полезные связи для успеха в бизнесе и жизни / А. Бабушкин. – М. : Изд. решения, 2016. – 120 с.

199. Чат-боты: история, современность и перспективы [Электронный ресурс] // W7Phone.ru. – Режим доступа: <http://w7phone.ru/>

chat-boty-istoriya-sovremennost-i-perspektivy-132460/. – Дата доступа: 30.03.2017.

200. Вопросы и ответы: кто и зачем готовит «революцию ботов» [Электронный ресурс] // Вести Hi-Tech. – Режим доступа: <http://hitech.vesti.ru/news/view/id/9110>. – Дата доступа: 31.03.2017.

201. Создание платежных ботов [Электронный ресурс] // Официальный сайт компании «Системные технологии». – Режим доступа: <http://www.st.by/fintech-services/creating-payment-bots/>. – Дата доступа: 30.03.2017.

202. Искусственный интеллект и его ближайшее будущее [Электронный ресурс] // Интересная наука. – Режим доступа: www.funscience.today. – Дата доступа: 11.04.2017.

203. Лейкина, Я. Публичный интеллект [Электронный ресурс] / Я. Лейкина // Генер. директор. – Режим доступа: <http://www.gd.ru/articles/3950-red-publichnyu-intellekt>. – Дата доступа: 23.02.2017.

204. *Couldry, N. Mediaspase: Place and Culture in a Media Age / N. Couldry, A. McCarthy.* – New York : Routledge, 2004. – P. 1–15.

205. *Вартанова, Е. Л. Медиаэкономика зарубежных стран [Электронный ресурс] / Е. Л. Вартанова.* – М. : Аспект Пресс, 2003. – Режим доступа: <http://evartist.narod.ru/text11/49.htm>. – Дата доступа: 22.03.2017.

206. *Прайд, В. Феномен NBIC-конвергенции: реальность и ожидания / В. Прайд, Д. Медведев // Философские науки.* – 2008. – № 1. – С. 97–116.

207. *Van Est, R. Future man – No future man : Connecting the technological, cultural and political dots of human enhancement / R. van Est, P. Klaassen, M. S. Smits // The Hague: Rathenau Institute June 1.* – 2008.

208. *Чумичева, Р. М. Социокультурная пространственно-предметная среда развития ребенка / Р. М. Чумичева // Детский сад от А до Я.* – 2005. – № 4. – С. 6–17.

209. *Юнг, К. Г. О синхронии / К. Г. Юнг.* – М. : Рефл-бук ; К. : Ваклер, 2003. – 320 с.

210. *Емелин, В. А. Технологические соблазны информационного общества: предел внешних расширений человека / В. А. Емелин, А. Ш. Тхостов // Вопр. философии.* – 2010. – № 5. – С. 84–90.

211. *Константинова, А. П.* Философские проблемы медиатехнологий : автореф. дис. ... канд. филос. наук : 09.00.08 / А. П. Константинова ; С.-Петербург. техн. ун-т им. В. И. Ульянова (Ленина) «ЛЭТИ». – СПб., 2012. – 20 с.

212. *Хлопаева, Н. А.* Социологические медиа-исследования в информационном обеспечении управленческой деятельности : автореф. дис. ... канд. социолог. наук : 22.00.08 / Н. А. Хлопаева ; Моск. гос. ун-т им. М. В. Ломоносова. – М., 2007. – 25 с.

213. *Шор, О. Л.* Телекоммуникационные технологии в системе повышения квалификации как средство развития медиакультуры педагогов : автореф. дис. ... канд. пед. наук : 13.00.08 / О. Л. Шор ; [Рос. акад. образования]. – СПб., 2011. – 24 с.

214. *Лурман, Т.* Современная молодежь считает мобильный телефон частью тела [Электронный ресурс] / Т. Лурман // Твой мобильный мир. – Режим доступа: <http://zvonkov.net.ua/news/mobile-world/id/2337>. – Дата доступа: 06.03.2017.

215. *Докинз, Р.* Эгоистичный ген. The selfish gene / Р. Докинз ; пер. с англ. Н. О. Фоминой. – М. : Мир, 1993. – 317 с.

216. *Докинз, Р.* Расширенный фенотип: длинная рука гена / Р. Докинз. – М. : Астрель : Corpus, 2010. – 509 с.

217. *Рашкофф, Д.* Медиа вирус! Как поп-культура тайно воздействует на ваше сознание : пер. с англ. / Д. Рашкофф. – М. : Ультра. Культура, 2003. – 363 с.

218. *Инишев, И. Н.* Интенциональность и медиальность: генезис и трансформация феноменологической герменевтики : автореф. дис. ... д-ра филос. наук : 09.00.03 / И. Н. Инишев ; Рос. гос. гуманитар. ун-т (РГГУ). – М. : РГГУ, 2015. – 65 с.

219. *Lipps, H.* Untersuchungen zu einer hermeneutischen Logik. Frankfurt / Н. Lipps. – М. : Vittorio Klostermann, 1976. – 245 p.

220. Белстат: в Беларуси – 8,4 млн пользователей Интернета [Электронный ресурс] // Новостной портал TUT.BY. – Режим доступа: <http://news.tut.by/society/399380.html>. – Дата доступа: 17.04.2017.

221. Белорусы потратили в Интернете 420 млн долларов [Электронный ресурс] // Информ. ресурс TUT.BY. – Режим доступа: <http://it.tut.by/400953>. – Дата доступа: 14.03.2017.

222. *Матвиенко, Д. В.* Культура информационного поведения пользователей интернет: философско-культурологическое исследо-

вание : автореф. дис. ... канд. филос. наук : 24.00.01 / Д. В. Матвиенко ; Краснодарский гос. ун-т культуры и искусств. – Краснодар, 2009. – 23 с.

223. Технологии информатизации и управления : сб. науч. ст. / редкол.: П. А. Мандрик (отв. ред.) [и др.]. – Минск : БГУ, 2009. – 367 с.

224. Подростки и молодежь подвержены риску потерять слух из-за громкости смартфонов и шума дискотек [Электронный ресурс] // Информационный ресурс BELTA.BY. – Режим доступа: http://www.belta.by/ru/all_news/kaleidoscope/Podrostki-i-molodezh-podverzheny-risku-poterjat-sluh-iz-za-gromkosti-smartfonov-i-shumadiskotek_i_697163.html. – Дата доступа: 03.03.2017.

225. Детский врач-онколог: У ребенка должен быть режим общения с мобильным телефоном и компьютером [Электронный ресурс] // Информационный ресурс TUT.BY. – Режим доступа: <http://news.tut.by/society/388452.html>. – Дата доступа: 17.02.2017.

226. Эксперт: в компьютерные и видеоигры играют полтора-два миллиона белорусов [Электронный ресурс] // Информационный ресурс TUT.BY. – Режим доступа: <http://it.tut.by/202096>. – Дата доступа: 20.03.2017.

227. Составлен социальный портрет белоруса в интернете [Электронный ресурс] // Информационный ресурс TUT.BY. – Режим доступа: <http://42.tut.by/432514>. – Дата доступа : 22.01.2017.

228. Медиасфера Беларуси / ИАЦ при Администрации Президенте Респ. Беларусь ; под общ. ред. В. О. Дашкевича. – Минск : ИАЦ, 2014. – 98 с.

229. Итоги Республиканского конкурса по разработке компьютерных игр патриотической направленности «Патриот.by» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://edu.gov.by/main.aspx?guid=18021&detail=100713>. – Дата доступа: 11.03.2017.

230. Позняков, Н. К. Миграция и коллизии современного медийного пространства / Н. К. Позняков // Филос. науки. – 2011. – Спецвыпуск 2. – С. 103–115.

231. Ланье, Дж. Ты – не гаджет. Манифест. Кнопф / Дж. Ланье. – М. : Путь, 2010. – 244 с.

232. Носов, Н. А. Психологические виртуальные реальности / Н. А. Носов ; Рос. акад. наук, Ин-т человека, Лаб. виртуалистики. – М., 1994. – 195 с.

233. Носов, Н. А. Манифест виртуалистики / Н. А. Носов. – М. : Путь, 2001. – 17 с.

234. *Носов, Н. А.* Виртуальный конфликт: виртуальная социология медицины / Н. А. Носов. – М. : Путь, 2002. – 140 с.

235. *Абельцев, А. В.* Понятие «виртуальной экономики» и ее характерные черты [Электронный ресурс] // Материалы заседания учебно-методического совета УМО по специальности «Мировая экономика» 18–20 сент. 2002 г., Волгоград. – Режим доступа: http://www.cis2000.ru/publish/books/book_64/ch4_33.shtml. – Дата доступа: 11.04.2017.

236. *IT-революция* продолжается, пока дешевеют чипы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.interfax.by/article/102656>. – Дата доступа: 20.04.2017.

237. *Зиссер, Ю.* Беларусь через 30 лет: Кто не возглавит перемены, того они похоронят [Электронный ресурс] / Ю. Зиссер. – Режим доступа: <http://news.tut.by/economics/391231.html>. – Дата доступа: 13.04.2017.

238. *Манюшис, А.* Виртуальное предприятие как эффективная форма организации внешнеэкономической деятельности компании [Электронный ресурс] / А. Манюшис, В. Смольянинов, В. Тарасов. – Режим доступа: http://www.ptpu.ru/issues/4_03/16_4_03.htm. – Дата доступа: 28.03.2017.

239. Новые электронные деньги belqı появились в Беларуси [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://news.tut.by/society/356375.html>. – Дата доступа: 28.03.2014.

240. *Галай, А. К.* Система электронного декларирования: преимущества очевидны / А. К. Галай // *Налоги Беларуси*. – 2013. № 41. – С. 22–27.

241. Двенадцать новых технологий через 10 лет радикально изменят рынок труда на планете (McKinsey) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://hr-portal.ru/article/dvenadcat-novyh-tehnologiy-cherez-10-let-radikalno-izmenyat-rynok-truda-na-planet-e-mckinsey>. – Дата доступа: 28.03.2017.

242. Программа деятельности Правительства Республики Беларусь на 2011–2015 годы : утв. постановлением Совета Министров Респ. Беларусь от 18 февр. 2011 г. № 216 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.pravo.by/pdf/2011-11/2011-11%28029-091%29.pdf>. – Дата доступа: 23.03.2017.

243. О развитии предпринимательской инициативы и стимулировании деловой активности в Республике Беларусь [Электронный ресурс] : Директива Президента Респ. Беларусь от 31 дек.

2010 г. № 4 // КонсультантПлюс. Беларусь. – Режим доступа: <http://www.pravo.by/main.aspx?guid=3871&p2=1/12259>. – Дата доступа: 23.03.2017.

244. *Ожегов, С. И.* Толковый словарь русского языка: 80 000 слов и фразеологизмов, выражений / С. И. Ожегов, Н. Ю. Шведова. – 4-е изд., доп. – М. : Азбуковник, 1999. – 167 с.

245. *Рябченко, А. Н.* Дистанционный труд в Беларуси [Электронный ресурс] / А. Н. Рябченко // КонсультантПлюс / Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2014.

246. *Смоликова, Т. М.* Использование ИТ-аутсорсинга в государственной службе / Т. М. Смоликова // X Международная научно-практическая конференция «Управление информационными ресурсами». Минск, 13 дек. 2013 г. / Акад. упр. при Президенте Респ. Беларусь ; под общ. ред. Ивановского А. В. – Минск, 2013. – С. 108–109.

247. О ходе выполнения плана информатизации организаций здравоохранения [Электронный ресурс] : постановление коллегии М-ва здравоохранения Респ. Беларусь от 27 июня 2013 г. № 10.1 // КонсультантПлюс / Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2014.

248. USDLA [Электронный ресурс] / Американская ассоциация дистанционного образования. – Режим доступа: <https://www.usdla.org/about/history/>. – Дата доступа: 21.04.2017.

249. *Абламейко, С. В.* Перспективы применения «облачных» технологий в системе образования Республики Беларусь [Электронный ресурс] / С. В. Абламейко, Ю. Н. Вороничский, Н. И. Листопад // Электронная библиотека БГУ. – Режим доступа: http://elib.bsu.by/bitstream/123456789/29783/1/%D0%90%D0%B1%D0%BB%D0%B0%D0%BC%D0%B5%D0%B9%D0%BA%D0%BE_2012_2.pdf. – Дата доступа: 02.03.2017.

250. *Минюшев, Ф. И.* Нетрадиционные методы анализа субкультуры участников глобальных сетевых игр / Ф. И. Минюшев // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 18. Социология и политология. – 2009. – № 3. – С. 116–124.

251. Интернет как глобальный виртуальный мир и его воздействие на человека: проект РФФИ № 00-06-0881-а (2000–2001 гг.).

252. Феномен существования и принцип «человеческого измерения»: экзистенциальные основы измерений в Российском обществе: проект РФФИ № 04-06-80083 (2004 г.).

253. Эволюция субкультуры участников глобальных сетевых игр: феноменологический и синергетический анализ опыта самоорганизации молодежи: проект РФФИ № 08-06-00044 (2009–2010 гг.).

254. *Бадмаев, Б. Ц.* Психология и методика ускоренного обучения / Б. Ц. Бадмаев. – М. : Гуманитар. изд. центр «Владос», 1998. – 269 с.

255. *Кларин, М. В.* Корпоративный тренинг от А до Я : науч.-практ. пособие / М. В. Кларин. – М. : Дело, 2000. – 220 с.

256. *Сериков, В. В.* Личностный подход в образовании: концепция и технологии : монография / В. В. Сериков ; Волгоград. гос. пед. ун-т. – Волгоград : Перемена, 1994. – 149 с.

257. Новые педагогические и информационные технологии в системе образования : учеб. пособие для пед. вузов и системы повышения квалификации пед. кадров / Е. С. Полат [и др.] ; под ред. Е. С. Полат. – М. : Academia, 1999. – 223 с.

258. *Рожков, Г. Г.* Исследование влияния параметров интерактивного взаимодействия на процесс дистанционного обучения посредством их мониторинга : дис. ... канд. техн. наук : 05.13.10 / Г. Г. Рожков ; Брян. гос. техн. ун-т. – Орел, 2011. – 194 л.

259. *Чермокина, Р. Ш.* Интерактивные формы работы в обучении студентов вуза грамматической стороне речи : автореф. дис. ... канд. пед. наук : 13.00.02 / Р. Ш. Чермокина ; Удмурт. гос. ун-т. – Н. Новгород, 2012. – 24 с.

260. *Прозорова, Ю. А.* Интерактивный ритуал как социально-коммуникативная технология организации группового взаимодействия : автореф. дис. ... канд. социолог. наук : 22.00.04 / Ю. А. Прозорова ; С.-Петерб. гос. ун-т. – СПб., 2009. – 22 с.

261. *Чичканов, Е. С.* Интерактивность как форма диалога в пространстве цифрового экранного произведения : автореф. дис. ... канд. искусствовед. : 17.00.09 / Е. С. Чичканов ; С.-Петерб. гуманитар. ун-т профсоюзов. – СПб., 2011. – 22 с.

262. *Falkheimer, J.* Geographies of Communication: The Spatial Turn in Media Studies / J. Falkheimer, A. Jansson ; ed. by J. Falkheimer. – Göteborg : Nordicom, 2006. – P. 9–22.

263. *Jansson, A.* Touristic Communication in the Age of Hyper-Space-Biased Media [Электронный ресурс] / A. Jansson // Specialized Spaces. – Режим доступа: <http://yandex.by/clck/jsredir?from=yandex.by%3Byandsearch%3Bweb%3B%3B%2Fweb%2Fitem%2Ftitle%2Cpos%2Cp5%2>

Csource%2Cforeign%2Cpre%2Csitelinks&text=jansson%20a%20textural%20analysis%20media%20space&uid=&state=AiuY0DBWFJ4ePaEse6rgeAjgs2pI3DW99KUdgowt9Xvtvtji5m7tUfTBj6r1ePyuGAJN0Uk1cVFlw9Lgu_gFuIyGkFCFBq-f7FBBG-6Cz7FdHcU-Fo0Ql0bVklkvYxBhvYYPtfdBIPniZe_4TE3rTTOfp3o8AJToloQ6cSu039_0pUgXdK5CPNDb8tCv-RdHQAG4opFnSzRGGgf8irsCCfPShj8JFa5EHZlJYpexFwmd4vF_EM5oU6l89Vnm5l1rdsGV8Dmj_807PSg1mo4Jj1ClPnAxdol&data=UINrNmK5WktYejR0eWJlYk1LdmtxanV0SHMwUldpbjFsTGxETjJyQ00zWlpYa1kwbEE4aHFvNIVubV9ORkFGMXJMa05UZEtMQmFBZi1nN2RtYUIGTTdmWlhsdmNkemtidf:w2bXNhLUpOLUclDwTlM0F2OFBaMEZuZDNfLTl2QkFNbTh5OWJCVnlMZm5oeGFnUFc1ZGdZUKJ0MEZMMmpCYWhUNXFHskgwMlNwVm9kRzVUdVjTMGc&b64e=2&sign=af13787467c79778381bc4793c5a9902&keyno=0&l10n=ru&mc=4.948377156552829. – Дата доступа: 20.03.2017.

264. *Jansson, A.* Textural Analysis. Materialising Media Space / A. Jansson // Geographies of Communication: The Spatial Turn in Media. – Göteborg : Nordicom, 2006. – P. 87–106.

265. Визуализация [Электронный ресурс] // Википедия (энциклопедия). – Режим доступа: <http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%92%D0%B8%D0%B7%D1%83%D0%B0%D0%BB%D0%B8%D0%B7%D0%B0%D1%86%D0%B8%D1%8F>. – Дата доступа: 22.04.2017.

266. *Огурчиков, П. К.* Экранная культура как новая форма мифологии (на примере кино) : дис. ... д-ра культурол. наук : 24.00.01 / П. К. Огурчиков ; Моск. гос. ун-т культуры и искусств. – М., 2008. – 287 л.

267. *Курбановский, А. А.* Археология визуальности на материале русской живописи XIX – начала XX веков : автореф. дис. ... д-ра филос. наук : 17.00.09 / А. А. Курбановский ; С.-Петерб. гос. ун-т. – СПб., 2008. – 55 с.

268. *Жигарева, А. А.* Визуализация социального пространства современного общества: социально-философский анализ : автореф. дис. ... канд. филос. наук : 09.00.11 / А. А. Жигарева ; Военный ун-т. – М., 2011. – 20 с.

269. *Смоликова, Т. М.* Проблемы личностного становления и самореализации женщины в условиях современной медиакультуры / Т. М. Смоликова // Вестн. Ин-та соврем. знаний. – № 2 (51) – 2012. – С. 47–51.

270. Медиа-фембот в социальной медиакультуре [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.fembot.ru/fembots/media_fembot.html. – Дата доступа: 06.04.2017.

271. Гиноид [Электронный ресурс] / Электрон. энцикл. Википедия. – Режим доступа: <https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%93%D0%B8%D0%BD%D0%BE%D0%B8%D0%B4>. – Дата доступа: 03.04.2017.

272. Смоликова, Т. М. Портрет современной женщины в стиле «МЕДИА» / Т. М. Смоликова // Роль женщины в развитии современной науки и образования : сб. материалов междунар. науч.-практ. конф. БГУ, Минск, 17–18 мая 2016 г. / Белорус. гос. ун-т ; редкол.: И. В. Казакова, А. В. Бутина, И. В. Олюнина. – Минск : БГУ, 2016. – С. 235–239.

273. Пратусевич, В. Обзор и оценка перспектив развития мирового и российского рынков информационных технологий [Электронный ресурс] / В. Пратусевич // РВК Московская биржа. – Режим доступа: <http://moex.com/>. – Дата доступа: 04.04.2017.

274. Kurokawa, K. From the Age of the Machine to the Age of Life / K. Kurokawa // L'Arca. Milan: L'ARCAEDIZIONI. – 2006. – № 219. – P. 3–9.

275. Бадлуева, В. М. Философия симбиоза Кисе Курокавы [Электронный ресурс] / В. М. Бадлуева // Вестн. Томского гос. ун-та. – 2009. – Вып. 3. – Режим доступа: <http://sun.tsu.ru/mminfo/000063105/329/image/329-061.pdf>. – Дата доступа: 12.05.2017.

276. Загрядская, А. Педагогические профессии будущего [Электронный ресурс] / А. Загрядская // Образовательный портал NEWTONEW. – Режим доступа: <https://newtonew.com/school/future-professions>. – Дата доступа: 18.07.2017.

277. Что такое нейротехнологии? [Электронный ресурс] / Нейротехнологии. РФ. – Режим доступа: http://www.neurotechnologies.ru/about_neuroscience. – Дата доступа: 15.07.2017.

278. Стивен Хокинг предрек победу искусственного интеллекта над человечеством [Электронный ресурс] // Наука и техника. – Режим доступа: <http://lenta.ru/news/2014/12/03/hawking/>. – Дата доступа: 03.05.2017.

279. Национальная безопасность Республики Беларусь. Современное состояние и перспективы : монография / редкол.: М. В. Мясникович, В. В. Пузиков. – Минск : Экономика и право, 2003. – 416 с.

280. Беспаленко, П. Н. Духовная безопасность в системе национальной безопасности современной России: проблемы институ-

ализации и модели решения : дис. ... д-ра полит. наук : 23.00.02 / П. Н. Беспаленко ; Сев. Кавказ. акад. гос. службы. – Ростов н/Д., 2009. – 260 л.

281. Билл Гейтс считает искусственный интеллект угрозой для человечества [Электронный ресурс] // Новостной ресурс BELTA.BY. – Режим доступа: http://www.belta.by/ru/all_news/tech/Bill-Gejts-tozhe-schitaet-iskusstvennyj-intellekt-ugrozoj-dlja-chelovechestva_i_693391.html. – Дата доступа: 04.05.2017.

РЕПОЗИТОРИЙ БГУКИ

ОГЛАВЛЕНИЕ

ПРЕДИСЛОВИЕ	3
Человек в современном информационном пространстве	3
ВВЕДЕНИЕ	12
ГЛАВА I. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИССЛЕДОВАНИЯ ПРОБЛЕМЫ	17
1.1. Личность, пространство, медиа – категориальный анализ.	17
1.2. Процессы освоения личностью социокультурного опыта – методологические основы анализа	33
1.3. Развитие личности в условиях медиaproстранства как проблема научно-теоретических исследований	46
ГЛАВА II. ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ МЕДИАПРОСТРАНСТВА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ	64
2.1. Формирование и реализация государственной политики Республики Беларусь в области информатизации	64
2.2. Информационно-образовательное пространство Республики Беларусь – приоритеты развития	84
2.3. Интегрированные коммуникации пространства медиа	103
ГЛАВА III. ТРАНСФОРМАЦИЯ ЛИЧНОСТИ В УСЛОВИЯХ ПРОСТРАНСТВА МЕДИА	133
3.1. Медиaproстранство как фактор трансформации личности. .	133
3.2. Медиасредства и механизмы взаимодействия личности в пространстве медиа	137
3.2.1. Использование медиасредств в современной жизнедеятельности личности	137
3.2.2. Медиaproстранство и личность: механизмы взаимодействия	168
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	194
СПИСОК ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ИСТОЧНИКОВ	205

Научное издание

Смоликова Татьяна Михайловна

**ЛИЧНОСТЬ В ПРОСТРАНСТВЕ МЕДИА:
ОСОБЕННОСТИ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ**

Корректор *Т. В. Атрошкевич*
Дизайн обложки *Б. О. Ленского*
Технический редактор *Т. В. Жибуль*
Компьютерная верстка *Б. О. Ленского*

Подписано в печать 15.12.2017. Формат 60×84/16. Бумага офсетная. Ризография.
Усл. печ. л. 13,72. Уч.-изд. л. 11,14. Тираж 100 экз. Заказ 345.

Издатель и полиграфическое исполнение:
Редакционно-издательский центр
Академии управления при Президенте Республики Беларусь.
Свидетельство о государственной регистрации издателя, изготовителя,
распространителя печатных изданий № 1/76 от 04.11.2013.
Ул. Московская, 17, 220007, Минск.