

## МЕИАЛИЗАЦИЯ В ИНФОРМАЦИОННОМ ПОЛЕ КУЛЬТУРЫ

**Введение.** Трансформационные процессы в культуре привели к возникновению такого феномена, как «меиализация». В настоящее время это понятие широко используется в обиходе, публицистике, всё чаще употребляется в научных исследованиях. Степень глобализации медиа достигла такого уровня, что многие исследователи заговорили о процессе «меиализации» культурной среды. Результатом этого стало появление нового направления исследований — меиаведения и меиафилософии. Сейчас в этой сфере работают Д. Иванов, А. Каптерев Н. Маньковский, М. Носов, С. Хоружий. В связи с этим нам представляется актуальным определить влияние меиализации в информационном поле культуры.

**Основная часть.** Прежде всего необходимо отметить, что дефиниция «меиализация» не имеет чётко сформулированного определения. Однако в дискурсе социогуманитарных наук она применяется в исследовании повсеместного роста количества и качества всевозможных средств доставки информации для широкой массы потребителей свободных ресурсов [1].

Информационная функция меиапространства стала основной в наборе информационного поля культуры. В контексте нашего исследования очертим основные признаки, характерные для процесса меиализации данного поля: 1) включение коммуникативных принципов СМИ в структуру коммуникации социальных институтов, в результате чего СМИ становятся субъектами меиапространства; 2) взаимодействие меиазлиты и пользователей меиапространства; 3) коммуникация власти и бизнес-структур с различными СМИ, которые становятся инструментом создания определённых условий для их существования.

На сегодня накопился огромный багаж примеров, которые позволяют утверждать о роли медиа в поддержании информационной картины социальной жизни. Выделим некоторые сферы, в которых медиа оказали наибольшее влияние.

*Меиализация науки.* В настоящее время вектор понимания меиализации науки в социогуманитарном дискурсе переместился с возможностей меиатехнологий дополнять научное знание на возможности отражения и репрезентации научных достижений через СМИ. Современные исследования указывают на две отчётливо проявляющиеся тенденции: унификацию научных фактографических сведений для массового потребителя СМИ и слабую осведомлённость читателей о фактах из мира культуры, несмотря на огромный спектр коммуникативных средств [2, с. 8]. Это обусловлено тем, что большая часть современных СМИ взяла на себя обязанность анализа социальной реальности, стремясь при этом упростить само научное явление и свести к минимуму анализ причинно-

следственных связей. Подтверждением тому являются «топовые» новости в поисковых системах под заголовком «Британские учёные выяснили...». Как отмечает российский исследователь А. Волков, такое упрощённое понимание научных фактов является следствием недостаточного компетентного использования источников научной информации журналистами [3]. Подобная информация может восприниматься аудиторией просто на веру, без какой-либо рефлексии.

Результаты исследования фонда «Общественное мнение» позволяют утверждать, что электронные СМИ имеют большую роль в репрезентации научной информации. Но, учитывая востребованность данной информации, её процент среди развлекательной и политической значительно ниже (5%). Примечательным является превалирование информации технических наук над социогуманитарными, что во многом определяется редакционной политикой электронных СМИ [4].

*Медиализация экономики.* В качестве иллюстративного примера влияния СМИ приведём данные Белорусского научно-исследовательского центра электронной документации. Так, исследование воздействия материалов сетевой прессы на капитал экономических организаций, акции которых проходили торг за период 2011—2013 гг., показало, что при увеличении индекса информационного благоприятствования котировки увеличивались на 0,055%. Наиболее освещённой в СМИ была деятельность ОАО «АСБ Беларусбанк» [5, с. 52].

В настоящее время большинство исследователей утверждают, что современная экономика является информационной, поскольку она имеет дело с медиаиндустрией. Обмен экономическими средствами и ресурсами между производителями и потребителями с помощью средств массовой информации в данной области является основополагающим. Ярким примером медиализации экономики может служить так называемый электронный рынок торговли. Медиарынок (Media Market) формируется за счёт взаимодействия медиапредприятий и аудитории. Субъектами на таком рынке являются СМИ, а объектами — журналисты, технический персонал, рекламные агентства и т. д.

Это позволяет говорить, что информационный тип экономики формируется с учётом повышения значения глобализации и информатизации экономической деятельности. Информационная экономика — это инновационный тип хозяйственной деятельности, где основными ресурсами являются информация и знания, обеспечивающие функционирование электронного бизнеса и предоставление электронных услуг государством в условиях минимизации затрат на поиск информации.

В глобальном масштабе в целом и в Беларуси в частности формирование информационной экономики происходит на основе таких процессов, как создание сетевых институциональных структур, которые помогают достичь эффекта экономии на помещениях и времени, создать единое экономическое пространство; расширение масштабов экономической деятельности за счёт переноса в виртуальную среду различных видов экономической деятельности; развитие и распространение информационно-коммуникационных технологий, что является основой формирования информационной экономики [6, с. 147].

Важным элементом институциональной иерархии информационной экономики является электронный бизнес — один из основных атрибутов единого национального электронного пространства. Интернет-технологии всё чаще используются для оптимизации системы ведения коммерческой деятельности. В мировом масштабе электронная коммерческая деятельность получила широкое распространение благодаря своим безусловным преимуществам по сравнению с традиционной: сокращение расходов для бизнеса и обеспечение максимального удобства и экономии времени для покупателя.

Из этого следует, что базой для функционирования рынка электронной коммерции являются информационно-коммуникационные технологии.

Необходимо отметить, что белорусский медиарынок представлен в основном региональный рынком интернет-торговли. По данным аналитики портала TUT.BY за 2014 г., до 65% белорусских пользователей медиaprостранства делают покупки в интернет-магазинах [7].

*Медиализация политики.* Политический ракурс медиализации был выделен американским социологом Р. Энтманом и российским исследователем Н. Пономаревым. Результатом погружения политической активности и её субъектов в пространство медиа стало появление термина «медиализация политики». Так, медиализация политики — процесс, при котором политическая жизнь перемещается в символическое пространство СМИ [8]. По мысли исследователей, она отражает взаимозависимость политики и общества и медиа или приспособление политики к логике медиа. В данном контексте медиалогика — это организованный определённым образом набор приёмов и способов, благодаря которым через СМИ организуется смысловое содержание политических событий и образов политиков. Так при освещении деятельности политиков США главенствующую роль выполняют СМИ, нежели сами политики используя их лаконичные или перефразированные высказывания.

С одной стороны, современные информационные технологии положительно влияют на развитие и укрепление демократии. В частности, они создают новые формы коммуникации в сфере публичной власти; ослабляют информационную зависимость общества от традиционных медиа, расширяя диапазон доступных общественно-политических возможностей; приводят к росту открытости и транспарентности политических институтов и политики в целом; создают новые механизмы политической мобилизации граждан, способствуют организации и координации действий политических единомышленников, повышают шансы небольших партий и союзов; получают возможность обращения к широким массовым аудиториям; предоставляют широким слоям населения технологическую возможность участвовать в обсуждении общественно-политических проблем. Наконец, информационные технологии «расширяют возможности взаимодействия граждан и правительственных органов, что изменяет систему связей между обществом и властью, и, делая более слышимым голос обычных людей, меняет саму ткань демократического процесса» [9].

С другой стороны, расширение информационной сферы и медиализация политики могут иметь негативные последствия, среди которых следует указать изменение системы представительства гражданских интересов в соответствии с медийным форматом; преобразование политики в медиапроцесс; создание политической и медийной «гиперреальности», что, в свою очередь, порождает феномен медиакратии.

Влияние медиатехнологий на политическую сферу Беларуси выразилось в реализации идей концепции «Электронное правительство» в рамках программы «Электронная Беларусь». Результатами внедрения стали итоги выполнения программы — увеличение индекса электронной готовности Республики Беларусь, а также уменьшение разницы со средним показателем в Европе [10, с. 51].

*Медиализация культуры.* Этот процесс связан прежде всего с активным использованием технологии виртуальной реальности. Сам термин «виртуальная реальность» впервые появился в США в конце 1970-х г. и использовался для обозначения трёхмерных моделей реальности, реализуемых с помощью компьютера.

Данная технология даёт возможности конструировать «дополнительную реальность». Специальные эффекты способствуют возникновению новой мультиреальности, населённой виртуальными персонажами. В современном кинематографе виртуальные персонажи уже не просто соседствуют, но и активно взаимодействуют с живыми актёрами. В данном случае высшей степенью симуляции реальности будет создание искусственно синтезированных персонажей методом сканирования виртуальных актёров.

Тенденции медиализации характерны также и для других видов искусства. Это, например, гиперлитература (сетература), которая оперирует не текстами, а текстопорождающими конструкциями. Заданный автором виртуальный гипертекст может быть прочитан только с помощью компьютера. Благодаря интерактивности читатель выбирает путь развития сюжета, вследствие чего сюжет «обрастает» новыми смыслами, появляются новые эпизоды и персонажи. Общим для всех гипертекстов является принцип дискретности, делимости, взаимозаменяемости эпизодов в корневом каталоге произведения. Автор-читатель может произвольно переключать свой интерес между персонажами и их функциями. Линии развития сюжета могут резко обрываться и переходить одна в другую.

Появление виртуальных туров и экскурсий — яркий пример использование медиатехнологий в сфере культуры. Они предоставляют возможность совершать увлекательные виртуальные экскурсии и создают у зрителя иллюзию присутствия. В отличие от видео или обычной серии фотографий, виртуальный тур обладает интерактивностью. В процессе путешествия можно приблизить определённый объект, подробно разглядеть детали или осмотреть панораму. Виртуальный тур — это комбинация панорамных фотографий (сферических или цилиндрических), когда переход от одной панорамы к другой осуществляется через активные зоны, размещённые непосредственно на изображениях, а также с учётом плана тура. Панорамное изображение позволяет воспринимать объект более целостно, чем ряд разрозненных фотографий.

Применение таких туров возможно в различных сферах культуры: гостиницы и пансионаты, рестораны и ночные клубы, дизайн интерьеров и мебельные салоны, индустрия развлечений, торговые центры, автосалоны и т. д. Виртуальные туры активно применяют в сфере туризма для проведения экскурсий по городам, музеям. Часто они необходимы для помощи людям с ограниченными возможностями. Такие экскурсии позволяют быстро перенести виртуального туриста в Лувр или Эрмитаж без учёта пространственно-временных границ с минимальными экономическими затратами. Преимущества данной технологии выражены в возможности многократного участия в экскурсии, а также эффекте присутствия.

Для просмотра виртуальных туров используют веб-сайты или CD-презентации. Просмотр туров в Интернете обычно осуществляется с помощью поддержки Java-апплета. Виртуальные туры, ориентированные на веб, быстро загружаются, но отличаются от CD-туров более низким качеством изображения. Виртуальные экскурсии по городам и музеям всего мира можно посмотреть на таких русскоязычных сайтах, как <http://1000-cities.blogspot.com>, <http://www.streetvi.ru> и белорусском ресурсе <http://belarus360.by>.

Виртуальные CD-туры можно просмотреть с помощью специальных обозревателей туров. Они не ограничены жёсткими требованиями по размеру, поэтому могут содержать высококачественные фотопанорамы. Такие туры могут быть составляющими электронных презентаций или автономным программным продуктом, который представляет компанию, товар или технологию. Диски с турами можно распространять на выставках, ярмарках среди потенциальных клиентов.

Но, несмотря на всю привлекательность процесса медиализации культуры и социальной жизни, исследователи обращают внимание на то, что культура начинает восприниматься не как нечто «ценное само по себе» [11, с. 124], а зависит от запросов аудитории. Ярким подтверждением тому является так называемая культура «fast food», популярность которой определяется коммерческим успехом.

*Медиализация образования.* Диапазон представлений о медиализации в образовательной сфере чрезвычайно широк: от признания медийными всех новых информационных технологий в образовании к стремлению замены реальной системы образования виртуальной. К одному из основных преимуществ виртуального образования сейчас относят возможность использования в его процессе мультимедийных технологий, позволяющих сделать медиатехнологии неотъемлемыми компонентами образовательного процесса, причём эффективность их намного увеличивается за счёт интерактивных способов взаимодействия, присущим технологиям такого рода. Кроме того, виртуальное образование — это образование на расстоянии. В настоящее время во многих университетах Беларуси реализуются проекты расширения дистанционного обучения с использованием различных цифровых телекоммуникационных технологий. Виртуальное образование оказывается в большей степени, чем другие формы образования, интегрированным в международное образовательное пространство и в меньшей степени зависит

от региональных условий. Однако прогнозы, связанные с качеством образования, практикой преподавания в связи с его медиализацией, далеко неоднозначны. Так, с развёртыванием различных видов аудиовизуальных средств растёт опосредованность взаимодействия участников образования. Также при виртуализации образования деятельность преподавателя теряет своё авторство и контекстность. Исследователи отмечают, что «при виртуализации пространственно-временные отношения педагогической реальности теряют свою сложность и уникальность, всё дальше уводя от личностно-ориентированного аспекта образования» [12, с. 117].

Виртуальный уровень образования порождает новые формы человеческой активности и в этой связи должен рассматриваться как самостоятельный вид деятельности, связанный с программированием виртуальных дидактических систем, требующих собственных методик и технологий (дидактические компьютерные игры, тесты, виртуальные лекции) [13]. Также необходимо отметить, что развитие медиатехнологий подготовило образование к кардинальным переменам, и их сущность лежит значительно глубже, чем только переход к новым методам использования учебных материалов и форм коммуникации в процессах дистанционного обучения.

**Заключение.** Анализ процесса медиализации в различных областях социальной жизни позволяет сделать выводы, что медиализация ведёт к симулякризации информационного поля культуры, становясь глобальным феноменом. Медиатехнологии на современном этапе инкорпорированы в социальную ткань. Использование медиатехнологий активно преобразует практики информационного обмена, формирует новые модели коммуникации — электронный рынок, информационную экономику и т. д. Вместе с тем тенденция медиализации имеет дуальную природу: возможность максимально быстро и удобно совершать коммуникацию на уровне социальных институтов, создавать новые направления искусства, приобщиться к созданию виртуальных достижений. С другой стороны, последствия медиализации могут выражаться в трансформации принципов организации социальной жизни, что может сказываться на национальных социокультурных традициях, постепенном изменении персональной идентичности индивида, изменении трансляции культурного опыта и т. д. Это вызывает острую необходимость рефлексии медиализации как феномена информационного общества.

#### Список цитируемых источников

1. Словари на Академике [Электронный ресурс] // АКАДЕМИК, 2000—2014. URL: [http://noum\\_ru.academic.ru](http://noum_ru.academic.ru) (дата обращения 02.04.2016).
2. Губанков А. Н. Сетевые СМИ в культурном пространстве города: коммуникация, интерпретация, диалог : автореф. дис. ... канд. культурологии : 24.00.01. СПб., 2011. 16 с.
3. Волков А. А. Филология и риторика массовой информации [Электронный ресурс]. URL: [http://evartist.narod.ru/text12/05.htm#z\\_01](http://evartist.narod.ru/text12/05.htm#z_01) (дата обращения 17.03.2016).
4. Интерес к современной науке [Электронный ресурс]. URL : <http://fom.ru/Nauka-i-obrazovanie/11721> (дата обращения 17.03.2016)
5. Литвинович В. М. Медиасфера Беларуси: социологический аспект. Минск : ИАЦ, 2014. 98 с.
6. Осипова Г. В. Беларусь и Россия: социальная сфера и социокультурная динамика. Минск : ИАЦ, 2012. 318 с.
7. Рынок электронной торговли Беларуси [Электронный ресурс]. URL: <http://www.belassist.by/upload/files/e-commerce-test.pdf> (дата обращения 05.04.2016).
8. Вайнштейн Г. И. Информационная революция и демократия: ожидания, реальность, перспективы // Мировая экономика и международные отношения. 2003. № 7. С. 13—21.
9. Там же. С. 18.
10. Охрименко З. А. Развитие электронного правительства в Республики Беларусь // Беларуская думка. 2013. № 5. С. 50—52
11. Каган М. С. Философская теория ценности. СПб. : Петрополис, 2006. 205 с.
12. Лаврикова Т. В. Педагогика личности. Педагогическая практика личностной ориентации. Воронеж : ВГПУ, 2008. 131 с.
13. Там же.

УДК 94

М. А. Гулюк

*Установа адукацыі «Беларускі дзяржаўны ўніверсітэт  
інфарматыкі і радыёэлектронікі», Мінск*

### ПЕРШАЯ РАСІЙСКАЯ РЭВАЛЮЦЫЯ 1905—1907 ГГ. І МАДЭРНІЗАЦЫЯ ВУЧЭБНА-ПЕДАГАГІЧНЫХ УСТАНОЎ ВІЛЕНСКОЙ НАВУЧАЛЬНАЙ АКРУГІ

**Уводзіны.** Першая расійская рэвалюцыя 1905—1907 гг. стала знакавай падзеяй у гісторыі Расіі, паколькі яна паклала пачатак трансфармацыі самадзяржаўя ў канстытуцыйную манархію еўрапейскага тыпу і закранула ўсе бакі ўнутранай палітыкі царызму. У сувязі з гэтым прадстаўляе цікавасць, якім чынам новы ўрадавы курс рэалізоўваўся ў нацыянальных рэгіёнах, уплыў, аказаны рэвалюцыйнымі падзеямі на такія аспекты адукацыйнай палітыкі царызму ў беларуска-літоўскіх губернях, як мадэрнізацыя вучэбна-педагагічных устаноў і падрыхтоўка да ўвядзення ўсеагульнага пачатковага навучання.

**Асноўная частка.** Напярэдадні Першай расійскай рэвалюцыі падрыхтоўкай настаўнікаў пачатковай адукацыі для Віленскай навучальнай акругі (далей — ВНА), у склад якой уваходзілі беларуска-літоўскія губерні, займаліся тры