

3. ЦИФРОВИЗАЦИЯ И МУЛЬТИМЕДИЙНОЕ ПРОСТРАНСТВО КАК ФАКТОРЫ ТРАНСФОРМАЦИИ ОБРАЗОВАНИЯ ВЛИЯНИЕ ЦИФРОВИЗАЦИИ НА СОВРЕМЕННОЕ ОБЩЕСТВО

Апажихова Н.В.

ФГБОУ ВО ТГУ имени Г.Р. Державина,
доцент кафедры дополнительного образования, кандидат педагогических наук, доцент

Поплевина В.А.

Международный университет Киме, Ташкент,
кандидат педагогических наук, доцент технической эстетики и дизайна, доцент
кафедры «Дизайн костюма»

Аннотация. Авторы рассматривают многоаспектность процесса цифровизации и формирование социума под его воздействием. Анализируются различные стороны общества: образование, коммуникативный аспект, личный интернет. Содержательные стороны информационной культуры являются определяющими в современном обществе, на что и обращают внимание авторы статьи.

Ключевые слова. Информационное общество, интернет, социальная сеть, информационная культура, дистанционные формы образования.

Значимой характеристикой информационного общества, является уровень информатизации, т.к. быстрорастущий поток информации вызывает потребность в его поиске и отборе. Где мериллом может выступать культурно-образовательный уровень субъекта. Отсюда особую значимость обретает информационная культура, как способность общества в целом, формировать качественную доминанту подачи информации.

Использование подобного ресурса обеспечивает его накопление, закрепление на различных носителях, позволяет субъекту анализировать информацию и делать ее для себя наиболее эффективной.

Современное общество невозможно представить без интернета. Использование его упрощает схему взаимодействия, является самым доступным средством в получении информации, «глобальная компьютерная сеть» оказывает влияние на экономику, политику, образование, медицину, манипулирует сознанием миллионов людей. Если в 2010 году число пользователей интернета было 2 миллиарда, то в настоящее время эта цифра составила 5,5млрд. человек. В 2025 году Россия заняла 67-е место по домашнему интернету

и 87-е место по мобильному. Активных пользователей в нашей стране в настоящее время 129,8 миллионов человек.

Общение при помощи интернета, привело к появлению интернет-сообществ, их аналогами выступают вики-проекты, форумы, чаты, веб-конференции, коллективные блоги и т.д.

Социальная сеть занимает значительную часть времени современного человека. По некоторым данным средний человек, проводит в сетях около 7-ми часов в день (в терминологический аппарат «социальная сеть» как интерактивная пользовательская платформа, входит в 1954 году благодаря социологу Джеймсу Барнсу).

На фоне общения в социальных сетях, каждый человек так или иначе взаимодействуя с имеющейся цифровой базой способствует ее увеличению. Расплата через терминал, безобидный лайк под постом друга – все это и многое другое фиксируется и сохраняется в цифровом поле. Достаточно длительное время эта информация не находила применения и оставалась в «облаках» и на серверах. Но со временем (в начале нашего века), специалисты научились извлекать из этого пользу.

«Сырые» данные не представляют особого интереса, а вот обработанные очень востребованы. Автором технологии обработки, выступает Google, используя серверы, образующие кластер, они обрабатывают информацию и сводят ее воедино (именно так работают многочисленные облачные хранилища). Разложенная после обработки информация, переходит из количества в качество. Таким образом, просмотренный вами ранее товар появляется в дальнейшем во всех ваших соцсетях и браузерах или освещенная на вашей страничке турпоездка, не заставит ждать предложениями от разных турфирм. Такой способ манетизировать Big Data, самый популярный.

В России, в 2021 году был принят документ «Информационные технологии. Эталонная архитектура больших данных» (ранее в 2006 году Федеральный закон от 27.07.2006 № 152-ФЗ «О персональных данных»; Федеральный закон от 27.07.2006 № 149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации»; Федеральный закон от 06.04.2011 № 63-ФЗ «Об электронной подписи» и др.).

Фраза произнесенная Н. Ротшильдом «кто владеет информацией, тот владеет миром», актуальна в любом обществе и при любых информационных носителях. Источники информации могут быть самые разнообразные.

Учитывая свойственную россиянам коллективистскую психологию, представляется особо важным использование такой маркетинговой коммуникации, как «работа с общественностью», формирование благоприятного общественного мнения («Public Relations»). Ключевая задача здесь – преодоление «барьера недоверия» к товару или услуге

и к фирме, возникающего в связи с тем, что в сознании людей существуют определенные стереотипы.

Но этот список был бы неполным, если бы мы не рассмотрели дистанционные формы общения, появлению которых на современном этапе способствовала пандемия коронавируса. История, подобного образовательного формата взаимодействия уходит своими корнями в XIX век, в Англию и затем в Америку. Получение образования на расстояние, стало возможным благодаря именно дистанту.

Таким образом, общество (пусть незначительная его часть) познакомилось с новой формой взаимодействия. В России, этот этап наступил в 1917 году, «в СССР была разработана так называемая «консультационная» модель, суть которой и заключалась в получении образования без визуального контакта. При этом полученное образование считалось заочным. На начало 60-годов XX века в Советском Союзе имелось 11 вузов, дававших такое образование, и множество заочных факультетов в традиционных вузах».

В 1997 году, был принят приказ разрешающий проводить эксперименты в области дистанционного образования.

В XXI веке, цифровой контент доминирует над многими привычными формами коммуникации для всех возрастных групп. Активно внедряются вебинары, видеоконференции (Zoom, Skype и др.), мобильные приложения по различным направлениям (научные, прикладные, приключенческие). При дистанционном обучении, ведущим средством выступают информационные технологии в онлайн школах, ВУЗах.

Незаменимы стали онлайн курсы, которые предоставляют материал широкого содержания, за любую стоимость независимо от расстояния и формы подачи (теория (видео-лекции) подкрепляется видеоматериалом, практические кейсы, тесты и т.д.). По итогам прохождения курсов, предполагается выполнения тех или иных заданий и получение сертификата.

Бурные дискуссии вокруг онлайн образования, являются ключевыми на многих форумах, круглых столах, выставках, в СМИ как в России, так и за рубежом. Эксперты, ученые, аналитики рассматривают это как новый вызов, стратегическое направление. Последствием этого является новый терминологический аппарат - ИИ, IT – специалисты, Soft Skills, дипфейк, промпт, спам, чатботы, мемы, аккаунт, QR код и др.

В связи с этим прогнозируют появление профессий будущего – сотрудники по кибербезопасности, тренер нейросетей, финансовые директора на аутсорсинге, разработчики на языке Python и т.д.

Дистанционные технологии востребованы не только в сфере образования, но и в досуговой среде (онлайн игры для подростков, киберспорт для профессионалов). Не так

давно, мы могли наблюдать за внедрением онлайн лагерей во время летнего отдыха детей и подростков. Такой формат организации летнего оздоровительного отдыха появился во многих городах: Тамбов, Москва, Санкт-Петербург и др.

Подав заявку на участие в таком лагере, ребенок в дистанционном формате принимал участие в различных активностях: мастер-классы, спортивные разминки, интеллектуальные игры, прикладные занятия.

Среди минусов – отсутствие яркого эмоционального контакта и физической активности в реальном времени, а также неподготовленность к подобному взаимодействию (качество техники, несогласованный неотработанный уровень голоса, мимики и т.д.). Неудобства испытывают и организаторы онлайн смен. Не совсем привычная обстановка обязывает к детальной проработке всего инструментария взаимодействия.

Заполнение свободного времени при помощи интернет-технологий, становится привычным делом. Широко внедряются онлайн экскурсии, виртуальные выставки, онлайн викторины, онлайн трансляции способствуют охвату более широкой аудитории в самых отдаленных географических точках.

Просмотр телепередач, чтение журналов, газет становится наиболее популярным в онлайн формате. Каждый канал телевидения, популярные журналы имеют свои группы в сетях – ВКонтакте, Одноклассники. Так, например, канал «Культура», ВКонтакте имеет 188,5К подписчиков, а Этнокнига- 39,9К подписчиков.

Свои группы в сетях есть у администрации города, дома культуры, у соседей по подъезду, у телепередач и т.д. Быстро и беспрепятственно можно общаться, пересылать документы, видео, фото, делать репортажи с места событий в реальном времени. Данные позиции обеспечивают мобильность и документальность, получаемой информации. Но с отключением Интернета, все это теряет свою актуальность.

На фоне сложившихся информационных взаимоотношений, в обществе все чаще встает вопрос о формировании культуры взаимодействия в рамках сетевых технологий, о роли информационной культуры в жизни человека и овладение информационной грамотностью последним.

Говоря об информационной культуре, можно разбить ее на три составляющие:

- *когнитивный уровень* включает: интернет-грамотность, которая направлена на критическое оценивание информации, выявление проверенных источников; умение отличать ложные сообщения от проверенных источников; понимание всей силы ответственности общения в сетях; возможность эффективно пользоваться ресурсами интернет-технологий;

- *эмоционально - ценностный уровень* включает: потребность в информации, степень удовлетворенности информацией, мотивы индивида при обращении к поиску информации;
- *поведенческий уровень* включает: частоту обращения к соцсетям, способы распространения полученной информации, степень включенности в интернет-сообщество, формы деятельности в сетях.

Также информационную культуру можно рассматривать через:

- *традиционную книжную культуру*. В рамках заявленной темы, возможны дискуссии - насколько цифровые технологии способны вытеснить (заменить) книжную культуру и как будет выглядеть процесс трансформации книжных источников (альтернатива электронная книга, аудиокнига)? Появление разнообразных форм коммуникации в сетях (блоги, мессенджеры) изменили условия взаимодействия автора и читателя.

При более детальном рассмотрении «книжная культура» подразумевает: книгоиздание, книгораспространение (путем различных способов), читателя и книгу, взаимодействие субъектов причастных к процессу книгоиздания.

В центре внимания, должна оставаться книга как «завершённый продукт». Но использование социальных сетей дает возможность публиковаться самостоятельно, как следствие иметь свой круг читателей. Более профессиональный подход к данному процессу может рассматриваться как краудфандинг, где автор предлагает к прочтению фрагмент текста. Впоследствии всем заинтересованным, за деньги предлагается весь текст.

Вопрос достаточно многогранный, и требует более детального рассмотрения. Напомним, что понятие «книжная культура» появилось в 1980-х годах. Книжный «бум», в настоящее время не настолько актуальный, как в прошлом веке, но тема книжной культуры, остается открытой.

- *информационное мировоззрение*. Первое упоминание данного термина приходится на 90-е годы, XX века. Представляет систему взглядов, ценностей, принципов, способствует пониманию информационных процессов, включенности в информационное пространство, тесно граничит с образом жизни, как индивида, так и общества в целом.

- *компьютерная культура*, опирается на методологические подходы относительно информационных технологий, представленных в различных сферах человеческой деятельности, с учетом практических навыков владения компьютерными коммуникациями. Она также способствует ускорению обработки информации и расширяет масштаб творческой деятельности.

Функции информационной культуры:

- *познавательная*. Направлена на формирование умений работать с информацией (поиск, систематизация, обобщение, доведение до широкого круга пользователей, установка программ на компьютер);

- *творческая*. Расширяет границы творческого процесса, включая создание мультимедийного контента (с использованием приложений -фотографии, видео, анимация и т.д.), конструирование виртуального мира, расширение пользовательской (творческой) аудитории включая обратную связь;

- *коммуникативная*. Обеспечивает взаимодействие между людьми используя устные, письменные, технические средства. В цифровой среде проявляется как умение правильно выражать свои потребности в информации и используя их, формировать новые социальные связи.

Классифицируя информационную культуру, следует обратить внимание на:

- *культуру использования информации*. Включает набор знаний и умений, корректное применение которых способствует получению, переработке и хранению нужной информации;

- *хранение информации*, включает два варианта по организации данных (блочный, файловый) и по типу физических накопителей (диски, облачные сервисы, сетевые хранилища);

- *культуру поиска информации*, подразумевает грамотное использование ресурсов с учетом технических, когнитивных, рефлексивных и ценностных компонентов;

- *культуру преобразования информации*. Представляет комплексную систему, направленную на понимание информационных процессов;

- *культуру распространения информации*. Распространяется на информационную культуру. И включает в себя следующие понятия: информационная культура и медиа культура. Первая опирается на знания, умения и навыки работы с информацией, вторая предполагает влияние различных СМИ на социум;

- *культуру переработки информации*. Включает совокупность технических умений и навыков, направленных на эффективное получение и обработку информационных ресурсов;

- *культуру работы с ПК* (синоним ПЭВМ - персональная электронно-вычислительная машина). Направлена на соблюдение санитарно-гигиенических норм по организации рабочего места, содержание его в чистоте, соблюдение норм техники безопасности;

- *культуру сбора информации*. Направлена на удовлетворение потребностей индивида в получении достоверной информации.

Прибегая к интернету, индивид часто минимизирует свои способности, или попросту использует его для развлечения. Неограниченный доступ к огромным ресурсам, парализует волю, тем самым сбивая с правильного пути и ставя человека в тупик. Обеспокоенность подобной ситуацией, возводится в значимую степень психологами, философами, социологами. В отдельных случаях проделанная работа «зависает» по технической причине либо вообще пропадает (забыли сохранить документ, отключение интернета и т.д.).

Тем не менее осознанный подход к гаджетам (отключить на время телефон и сосредоточиться на реальном общении с семьей, близкими), обозначенный как «созерцательный компьютеринг» представляет технику на стыке философии, нейробиологии, психологии и древних методик управления вниманием.

Список источников

1. Ассоциация больших данных. Как Big Data меняет нашу жизнь прямо сейчас и почему за этим рынком стоит следить https://rubda.ru/market_news/kak-big-data-menyaet-nashu-zhizn-pryamo-sejchas-i-pochemu-za-etim-rynkom-stoit-sledit/
2. Багиев, Г.Л., Тарасевич В.М., Анн Х. Маркетинг: Учебник для вузов. 3-е изд. / Под общ. ред. Г.Л. Багиева. – СПб.: Питер, 2007. – С. 494
3. Городнова, А.А. Информационная культура и информационное общество: учебно-методическое пособие / А.А.Городнова. – Нижний Новгород: Изд-во Волго-Вятской академии госслужбы, 2010. – 174 с.
4. Замулин, И.С. Основные исторические этапы и аспекты становления современного дистанционного образования и некоторые платформы его реализации. <https://cyberleninka.ru/article/n/osnovnye-istoricheskie-etapy-i-aspekty-stanovleniya-sovremennogo-distantionnogo-obrazovaniya-i-nekotorye-platformy-ego-realizatsii>
5. Исламова, С. Х. Структура и содержание информационного мировоззрения как компонента информационной культуры личности / С. Х. Исламова. — Текст: непосредственный // Актуальные вопросы современной педагогики: материалы X Междунар. науч. конф. (г. Самара, март 2017 г.). — Самара: ООО "Издательство АСГАРД", 2017. — С. 134-136. — URL: <https://moluch.ru/conf/ped/archive/212/11952/>.
6. Квартальнов, В.А. Туризм: Учебник. – М.: Финансы и статистика, 2003. – С. 263.
7. Маркетинг / Под ред. проф. Уткина Э.А. – М.: Издательство ЭКМОС, 2003. – С. 258.
8. Тимофеева, Ю.В., Книжная культура: дефиниция понятия// Философия образования. - 2011. №5. -С.268-275