

# ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ КАК БАЗОВАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ ОБУЧЕНИЯ СПЕЦИАЛИСТА В ОБЛАСТИ ИНФОРМАЦИИ И КОММУНИКАЦИИ

И. П. Шибут

Рассмотрена тема разработки и внедрения в учебный процесс кафедры технологий коммуникации Института журналистики БГУ авторских дисциплин, базирующихся как на технологической, так и на коммуникативной составляющей. Проанализированы особенности разработки и функционирования современных информационных и коммуникационных каналов, сделан вывод о необходимости соблюдения принципа целостности и непрерывности дидактического цикла обучения, внедрения системы непрерывного контроля знаний и умений в учебный процесс, обеспечения индивидуальной траектории обучения, что позволит, шагая в ногу со временем, еще больше повысить престиж университетского образования в сфере информационных и коммуникационных технологий.

The paper discusses the problem of development and implementation in the educational process of the Department of Communication Technology Institute of Journalism of BSU copyright disciplines, based on technology, and on the communication component. The author analyzes the features of the design and operation of modern information and communication channels, and comes to the conclusion that the principle of integrity and continuity of didactic training cycle, the introduction of a system of continuous control of knowledge and skills in the learning process, providing individual learning paths that allow, walking in step with the times, to further enhance the prestige of a university education in the field of information and communication technologies.

*Ключевые слова: информация; информационное пространство; информация и коммуникация; интернет-коммуникация; веб-ресурс; социальные медиа; социальные сети; мультимедиа; информационный дизайн.*

*Key words: information; information space; information and communication; internet-communication; Web resource; social media; social networks; multimedia; information design.*

Те скорости коммуникаций, которые доступны сегодня, быстро превращают нашу планету в глобальное сообщество. Современный уровень развития информационно-коммуникационных технологий позволяет ре-

ально воплотить в жизнь девиз ЮНЕСКО: «Образование для всех на протяжении всей жизни». Новые информационные технологии обеспечивают непосредственную и интерактивную коммуникацию между преподавателями и учащимися, которая была всегда определяющей в системе очного обучения и являлась ее неоспоримым преимуществом. Кроме того, самим учащимся, в особенности будущим специалистам в области информации и коммуникации, жизненно необходимо овладеть навыками работы с новейшими технологиями мультимедиа. Развитие этих технологий способствует появлению электронных библиотек, научных и учебных лабораторий, открытых виртуальных университетов – и все это сегодня становится основой единой образовательной, культурной и научной среды для всего мирового сообщества. Помимо этого интернет предлагает разнообразие каналов воздействия медиа на адресата: в виде текста, гипертекста, музыки, анимационной картинки и т. д. в различных сочетаниях. Пользователь имеет возможность работать в интерактивном режиме и получать мгновенный доступ к огромному количеству сообщений. Важным моментом является удобное для пользователя время получения сообщений разного уровня сложности [1, с. 164]. Фактически речь идет о рождении качественно нового вида коммуникации.

Технологической платформой такой интерактивной коммуникации может служить как веб-сайт – атрибут любой успешной, развивающейся компании, центральный элемент коммуникативной политики, проводимой в интернете, так и социальные медиа (и особенно их разновидность социальные сети) – самый популярный тип интернет-объектов, «точка входа» и основа веб-коммуникационных продуктов для всех остальных типов сообщений [2, с. 230]. Это ведет к созданию новых параметров коммуникации, которую принято называть конвергентной.

В связи с этим необходимо помнить и о многочисленных проблемах, которые встают на этом пути, – навигация, визуальная эстетика, стиль, подача материала и т. д. Определенную роль играют и такие человеческие факторы, как культурные и религиозные традиции. Для собственно создания электронных мультимедиа-страниц достаточно совсем небольшого объема технических знаний и навыков. Однако этого мало для того, чтоб страницы стали действительно полезны, необходимы. Для этого необходимо научиться продумывать, планировать и испытывать свои творения – в этом и заключается коммуникативная компетентность современного специалиста [3, с. 55]. Создатели электронных публикаций не просто обнародуют информацию на электронной доске объявлений, они организуют целую среду для интерактивного персонального общения с представителями аудитории. Всемир-

ная паутина является средством намного более мощное, чем книги или журналы, поскольку хорошие веб-публикации делают читателя скорее участником представления, чем просто зрителем. Часто можно услышать утверждение: «Важно не то, что вы говорите, а то, как вы это говорите». Ни в какой другой области это не справедливо так, как в интернете. Обязанность специалиста в области информации и коммуникации, занимающегося данной сферой деятельности, – найти правильный тон изложения материала и правильный стиль его оформления, которые смогут привлечь (и удержать) внимание аудитории.

Выпускнику специальности «Информация и коммуникация», приходится серьезно думать над проблемой определения потенциальной аудитории. Демографический состав ее очень важен, и его определение должно рассматриваться как неотъемлемая часть процесса создания электронных публикаций, поскольку иногда сама суть или тема отчасти определяет характер своей аудитории. Практикующие специалисты утверждают, что сообщения, передаваемые в социальных медиа, вызывают больше доверия у потенциальных потребителей услуги, поскольку имеет место рекомендательная схема распространения за счет социальных связей, лежащих в основе взаимодействия. Продвижение в социальных медиа позволяет точно воздействовать на целевую аудиторию, выбирать площадки, где эта аудитория в большей степени представлена, и наиболее подходящие способы коммуникации с ней. Преимуществами социальных медиа являются: постоянное обновление информации, активность посетителей, возможность личного общения и новостной ленты, возможность проведения конкурсов, акций, викторин, игр и т. д. [4, с. 261–262].

Когда речь идет о разработке веб-ресурса, решение о том, как будет структурировано содержимое сайта, может оказаться творческой и одновременно весьма сложной задачей. Этот этап веб-проектирования, пожалуй, является самым критичным. Ключевой этап в этом творческом процессе – определение структуры веб-сайта. Именно от нее зависят внешняя стройность, связанность представляемых материалов и удобство управления размещенными здесь данными. Логику построения, конечно же, диктует цель сайта, его основная задача.

Стиль – это одна из важнейших характеристик содержимого сайта. Приходя на веб-страницы, пользователи будут ждать определенного стиля, отраженного как предлагаемым для чтения текстом, так и иллюстрациями. Кроме того, они будут рассчитывать на актуальность и своевременность представляемой информации. Проектировщику и разработчику веб-страниц приходится контролировать такие вещи,

как стиль веб-программирования и стиль размещаемой рекламы. В целом все это, возможно, окажется самой сложной задачей для специалиста в области информации и коммуникации.

Текст, предназначенный для чтения посетителями страниц, может быть первой, а в некоторых случаях и единственной вещью, предстающей перед аудиторией. Пользователи вообще могут отключить в своих браузерах показ графической информации, и тогда им придется рассчитывать только на текстовое содержимое публикации. Это делает текстовую часть очень критичной. Жизненно важно добиться такого тона, который обеспечивал бы аудитории достаточный комфорт, и такой терминологии, которая была бы близка и понятна читателям. Текст должен отражать настроение и стиль веб-публикации. Чтобы создать успешную публикацию — такую, которая останется интересной и будет разговаривать с пользователями на их собственном языке, — очень важно внимательно относиться к стилю текстового изложения публикуемых материалов.

Нельзя не упомянуть еще об одной важной тенденции современного информационного пространства. Год назад *New York Times* в своем *Innovation Report* констатировал смерть классической схемы потребления информации читателем [5]. Сегодня мы являемся свидетелями того, что в эру *Twitter* и *Pinterest* пользователи тем не менее начали активно обращаться к лонгридам. Можно утверждать, что люди не перестали читать длинные тексты. Мультимедийные лонгриды стали идеальной эволюцией формата публикации в интернете. Обширный набор простых и недорогих инструментов для создания мультимедиа и публикации самих лонгридов сделал процесс их подготовки более доступным, и потому выпускнику специальности, представленной как «современная», «актуальная», активно работающему с информационным пространством, эти знания жизненно необходимы.

Помимо всего вышеизложенного специалисту в области информации и коммуникации необходимо владеть и технологиями продвижения как самого веб-ресурса *SEO* (*Search Engine Optimization*), так и услуг компании с помощью таких способов информирования интернет-сообщества, как социальные медиа, онлайн-конференции, т. е. *SMO* (*Social Media Optimization*) и *SMM* (*Social Media Marketing*) [6, с. 205]. В данном случае в центре внимания оказывается «человеческий» аспект проблемы: каковы новые возможности убеждения и влияния, как меняется восприятие субъектов коммуникации, по каким нормам и правилам строится подобное общение, что происходит при этом с личностными диспозициями коммуникаторов. Эффективная коммуникация определяется наличием грамотно выстроенной обратной связи.

С учетом всего изложенного в рамках научной и учебной программы преподавателями кафедры технологий коммуникации разработаны и внедрены в учебный процесс авторские курсы, базирующиеся как на технологической, так и на коммуникативной составляющей. Дисциплина «Мультимедийные технологии коммуникации» ориентирует будущих специалистов в оценке традиций и современных тенденций в теории и практике информационного дизайна; освещает возможности современных мультимедийных технологий в организации коммуникационных процессов; знакомит студентов с основными понятиями и определениями компьютерной графики, с основными возможностями, предоставляемыми графическими редакторами при создании, оцифровке, обработке и преобразовании графических изображений, со способами эффективного использования существующих коллекций графических изображений; с конвергентными форматами фиксации информации и способами их использования [7]. На теоретических и практических занятиях в рамках данной дисциплины изучаются способы организации и представления электронной информации, предоставляемые современными технологиями веб-дизайна; рассматриваются основные возможности поиска и размещения информации в глобальной сети Интернет.

Актуальность изучения учебной дисциплины «Информационный менеджмент в веб-среде», основная цель которого – ориентация будущих специалистов в оценке традиций и современных тенденций в теории и практике информационного дизайна, обусловлена тем фактом, что вызвавшее серьезные трансформации во всех сферах современного общества развитие информационных и коммуникационных технологий не только кардинально изменило структуру, способы функционирования средств массовой коммуникации и каналы распространения информации, но и привело к значительным трансформациям в самой профессии специалиста, работающего с информацией [8]. Интернет снабдил современного специалиста в области информации и коммуникации не только принципиально новыми инструментами для интерактивного общения с аудиторией, но и более эффективными средствами для профессионального развития и самореализации, следовательно, сегодня умение использовать информационные технологии становится важнейшим качеством. Очевидно, что для огромного количества профессионалов сегодня значительно усиливается необходимость как можно более полных и актуальных знаний в таких смежных областях, как маркетинг, веб-дизайн. А необходимым условием успешной деятельности современного специалиста в области информации и коммуникации является опыт работы в интернете в различных направлениях,

высокий уровень владения компьютером и новейшими информационными технологиями, постоянный поиск новых программ и ресурсов для улучшения организации работы.

Цель дисциплины «Технологии интернет-коммуникации» — формирование системного представления о теории и практике актуальной коммуникации в интернете и основных параметрах профессиональной компетентности современного специалиста в сфере технологий интернет-коммуникации [9]. В рамках данной дисциплины учащиеся знакомятся с характеристиками, тенденциями развития актуальной интернет-коммуникации с целью выработать четкое представление о реалиях, в том числе новейших, интернет-коммуникации; выявить и дифференцировать характеристики коммуникации в интернете; предложить современную адекватную методологию исследования коммуникации в интернете; продемонстрировать эффективные парадигмы использования интернет-коммуникации в различных сферах; предоставить возможность для формирования индивидуального направления исследований и практической работы в сфере интернет-коммуникации каждому студенту.

Учебная дисциплина «Основы визуальных коммуникаций» формирует системное представление о теории и практике визуально-информационного дизайна; освещает возможности современных технологий в организации коммуникационных процессов; знакомит с характеристиками, тенденциями развития визуальной коммуникации и способами организации и представления электронной информации; дает представление о реалиях, в том числе новейших, визуальной интернет-коммуникации в различных сферах [10].

В основу перечисленных выше дисциплин была заложена блочно-модульная модель. Применение этой модели позволило спроектировать гибкую структуру и разработать полное методическое обеспечение каждого модуля.

Каждый блок имеет следующую структуру:

- введение;
- теоретические и практические модули в рекомендуемом порядке изучения;
- итоговое контрольное задание;
- терминологический словарь.

В кратком введении формулируется цель изучения блока и его содержание в виде перечисления названий модулей. Итоговое контрольное задание предназначено для тестирования приобретенных навыков и умений. Терминологический словарь формируется из основных определений, приведенных в учебных текстах модулей.

Под модулем понимается логически целостный фрагмент учебного процесса, имеющий определенную структуру и длительность. Множество модулей, предназначенных для изучения относительно автономной темы учебной дисциплины, составляют блок. В соответствии со стандартными формами обучения в высших учебных заведениях модули подразделяются на теоретические (лекционные) и практические. Для всех учебных материалов выбрана табличная форма представления, позволяющая выделить структуру и существенно облегчить процедуру чтения текстов. Практические модули следуют непосредственно за соответствующими теоретическими модулями, содержат упражнения с подробным описанием технологии выполнения, аналогичные задания для самостоятельной работы и краткую справку по основным функциональным возможностям изучаемого программного продукта. Наличие контрольных вопросов и заданий по каждому модулю и блоку позволяет соблюдать принцип целостности и непрерывности дидактического цикла обучения, а также внедрить систему непрерывного контроля знаний и умений в учебный процесс и обеспечить индивидуальную траекторию обучения. Контрольные задания по модулям можно использовать для входного тест-контроля по блоку для учащихся, знакомых с данным материалом. Результаты тестирования в этом случае считаются промежуточными. По желанию учащегося они заносятся в его личную рейтинговую карту. После каждого практического модуля проводится обязательный выходной тест-контроль, состоящий из выполнения контрольных заданий по модулю с оцениванием по установленным правилам. Прохождение блока завершается выходным тест-контролем, представляющим собой выполнение контрольного задания по блоку.

Полученные знания учащиеся имеют возможность апробировать и продемонстрировать на практических занятиях в реально существующем проекте: на официальном сайте кафедры технологий коммуникации Института журналистики Белорусского государственного университета. Этот ресурс был создан студентами специальности «Информация и коммуникация» (выпуск 2005 года). Каждый год обновлением сайта занимаются студенты пятого курса. В 2007 и в 2013 гг. был осуществлен полный редизайн данного ресурса. В настоящее время студентами пятого курса сайт создается фактически заново на новой технологической платформе Joomla! – система управления содержимым (CMS), написанная на языках PHP и Java Script, использующая в качестве хранилища базы данных СУБД MySQL. Решающими при выборе данной платформы явились следующие преимущества: возможность увеличивать функциональность с помощью дополнительных расширений, наличие модуля безопасности для многоуровневой аутентификации пользователей и администраторов, что является немаловажным при организа-

ции командной проектной работы, возможность изменять внешний вид сайта с помощью системы шаблонов, регулярный выход обновлений.

Что касается вопроса об обратной связи, на сайте одно время существовали разделы «Гостевая книга» и «Форум». Они оказались самыми «проблемными», несколько раз открывались и закрывались, так как при отсутствии возможности круглосуточного наблюдения за сайтом очень сложно контролировать атаки спамеров, которые портят имидж ресурса. В настоящее время вопрос решается иначе. В дополнение к сайту в 2012/2013 учебном году студентами специальности была создана открытая группа «Кафедра технологий коммуникации ИЖ БГУ» в наиболее популярной среди целевой аудитории сайта социальной сети «ВКонтакте» [11]. Данный процесс создает предпосылки для формирования универсального подхода к профессиональной деятельности специалиста по информации и коммуникации и особенно важен для выпускников специальности «Информация и коммуникация». Кроме того, такой способ коммуникации весьма популярен у современной молодежи и является привычной и, следовательно, гармоничной средой ее обитания. Число членов сообщества постоянно растет, и в настоящий момент их около 390. Данная группа является своеобразной электронной доской объявлений кафедры и активным местом общения преподавателей, студентов, выпускников, абитуриентов и работодателей специальности. Общение в группе модерировается администраторами из числа преподавателей, студентов и выпускников специальности. Сайт и группа кафедры являются взаимодополняющими ресурсами. Данная группа помимо объявлений, комментариев, актуальных ссылок, документов, видео- и фотоальбомов значимых для кафедры событий содержит актуальные для студентов темы для обсуждения: «Дипломные работы», «Проекты кафедры», «Вопросы практики», «Распределение», «Сессия», «Курсовые» и т. д. Планируется дальнейшее развитие открытой группы ВКонтакте, создание дополнительных разделов. Помимо этого силами студентов создана и модерировается еще одна связанная с сайтом и дополняющая его группа «PR-абитуриент» в социальной сети ВКонтакте, в которой в формате «S-to-S» (Students-to-Students), или «Равный учит равного», студенты специальности отвечают на вопросы будущих абитуриентов, делятся впечатлениями от учебы, практики [12]. Несомненно, лояльность и доверительность соответствующей целевой аудитории по отношению к кафедре и специальности от этого только повышаются.

Совершенно очевидно, что эта тенденция будет продолжаться. На кафедре технологий коммуникации Института журналистики Белорусского государственного университета созданы необходимые предпосылки



к тому, чтобы, шагая в ногу со временем, еще больше повысить престиж университетского образования в сфере информационных и коммуникационных технологий.

### Библиографические ссылки

1. *Шибут И. П.* Социальные медиа: взаимодействие коммуникатора с аудиторией // Мультимедийная журналистика Евразии – 2014: интегративные медиапроекты, медийная коммуникация и информационализм в условиях интеллектуализации общества Востока и Запада. Евразия молодая – 2014: сб. материалов и науч. ст. VIII Междунар. науч.-практ. конф. Казань, 2015.

2. *Шибут И. П.* Сайт кафедры технологий коммуникации ИЖ БГУ: история и пути развития // Корпоративная пресса в системе СМИ Республики Беларусь: традиции, опыт, пути развития : материалы респ. науч.-практ. конф., 1–2 нояб. 2013 г. Минск : Изд. центр БГУ, 2014.

3. *Куницына В. Н., Казаринова Н. В., Погольша В. М.* Межличностное общение : учеб. для вузов. СПб. : Питер, 2001.

4. *Шибут И. П.* Белорусский Интернет: реклама и PR-деятельность // Журналистика в 2013 году. Регионы в российском медиапространстве : материалы Междунар. науч. конф. М. : МГУ, 2014.

5. Mashable global media company / The Full New York Times Innovation Report. [Электронный ресурс]. URL : <http://mashable.com/2014/05/16/full-new-york-times-innovation-report/#oJDqYzyOki> (дата обращения: 15.09.2015).

6. *Шибут И. П.* Использование социальных сетей в качестве информационной среды образовательного учреждения // Применение инновационных технологий в образовании: материалы XXVI Междунар. науч. конф. М., Троицк, 2015.

7. *Шибут И. П.* Мультимедийные технологии коммуникации [Электронный ресурс]: учеб.-метод. комплекс. Минск : БГУ, 2014.

8. *Шибут И. П., Гринчук С. Н.* Информационный менеджмент в веб-среде [Электронный ресурс]: метод. рекомендации для студентов гуманитар. спец. Минск : БГУ, 2014.

9. *Шибут И. П.* Технологии интернет-коммуникации : учеб. программа для высш. учеб. заведений по специальности 1-23 01 07 «Информация и коммуникация». Минск : БГУ. 2013.

10. *Шибут И. П.* Основы визуальных коммуникаций : учеб. программа для высш. учеб. заведений по специальности 1-23 01 07 «Информация и коммуникация». Минск: БГУ. 2015.

11. Открытая группа «Кафедра технологий коммуникации ИЖ БГУ», социальная сеть «ВКонтакте» [Электронный ресурс]. URL : <http://vk.com/infocomtech>.

12. Открытая группа «PR-абитуриент», социальная сеть «ВКонтакте» [Электронный ресурс]. URL : <http://vk.com/prentrant>.