

4. Шао Дэвань. Отражение российско-китайских отношений в русскоязычных СМИ КНР 2006–2016 гг. (образ Китая) : автореф. дис. ... канд. филол. наук; Российский университет дружбы народов. М., 2017. 22 с.
5. Коновалов А. П., Крылова Ю. С. Роль китайских товаров в удовлетворении потребительских запросов казахстанцев (региональные исследования) // Проблема социальной напряженности : материалы международной научно-практической конференции, Пенза – Ереван – Прага, 5–6 июня 2010 г. С. 37–147.
6. Тарабарко К. А. Мягкая сила культуры Китая : концептуальное содержание и практики реализации : дис. ... канд. филос. наук. Чита, 2017. 216 с.

## ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ И КОММУНИКАЦИЯ – КЛЮЧЕВЫЕ ПОНЯТИЯ СОВРЕМЕННОГО ЭТАПА РАЗВИТИЯ БЕЛАРУСИ

*И. П. Шибут*

*Белорусский государственный университет,  
ул. Кальварийская, 9, 220004, г. Минск, Республика Беларусь,  
shybut.iryana@gmail.com*

В работе речь идет о современных тенденциях в сфере информационных технологий Республики Беларусь. Поскольку вопросы создания и представления информации являются сегодня чрезвычайно актуальными, взаимодействие IT-индустрии и сферы коммуникаций является жизненно необходимым. Определяется место современных IT-организаций, а также участники коммуникационного пространства и их коммуникативные роли.

**Ключевые слова:** информационные технологии; IT-организации; коммуникационное пространство; коммуникативные процессы.

## INFORMATION TECHNOLOGY AND COMMUNICATION AS A KEY CONCEPTS IN THE CURRENT STAGE OF DEVELOPMENT OF BELARUS

*I. P. Shybut*

*Belarusian State University,  
9, Kalvariyskaya Str, 220004, Minsk, Republic of Belarus  
Corresponding author: I. P. Shybut (shybut.iryana@gmail.com)*

The article deals with modern trends in the field of information technology of the Belarus. Since the issues of creating and presenting information are extremely relevant today, the interaction of the IT industry and the communications sector

is vital. The place of modern IT organizations is determined, as well as the participants in the communication space and their communicative roles.

**Keywords:** information technology; IT organizations; communication space; communicative processes.

В современном мире самым стремительно развивающимся направлением профессиональной среды можно считать сферу информационных технологий. Индустрия IT переживает свой расцвет уже не первый год, и тенденция к эволюции данной сферы продолжает сохраняться. Компании, работающие в области IT, сейчас занимают ключевое значение практически во всех сферах общества. Республика Беларусь на данном этапе своего развития является важным игроком в мировой IT-индустрии. Способствуют этому как государственная поддержка и высокое качество IT-образования в стране, так и большое количество частных инициатив.

В марте 2019 г. было подписано Постановление Совета Безопасности Республики Беларусь «О Концепции информационной безопасности Республики Беларусь», согласно которому «на нынешнем этапе мирового развития информационная сфера приобретает ключевое значение для современного человека, общества, государства...», «информационное общество представляет собой новый этап развития цивилизации с... воздействием информационных технологий на все сферы человеческой деятельности», «...развивается информационное взаимодействие граждан, создаются сетевые сообщества для коммуникации, обмена информацией, опытом и знаниями...» [1].

Даже если организация напрямую не связана с IT, она так или иначе пользуется сетями, компьютерами и операционными системами. Вопрос создания и представления информации является сегодня чрезвычайно актуальным. На современном этапе своего развития общество все больше оказывается зависимым от качества, доступности, достоверности, своевременности информации, которую создают его же представители. Особенно ярко это заметно в интернет-пространстве, где все информационные потоки сливаются в единую замкнутую и непрерывно обновляющуюся систему, обладающую своими особенностями, признаками и качествами. В то же время информация становится и многоаспектным, неоднозначным понятием, самым необходимым продуктом, определяющим успешность развития, самым ценным товаром и самым грозным оружием. Для оперирования данными, их получения, обработки и передачи необходимо оборудование, программное обеспечение, услуги,

знания, стратегии. Данное взаимодействие объединяет IT-индустрию и сферу коммуникаций. Работа с целевыми аудиториями невозможна без коммуникации, однако без программных аспектов она также будет неполной и несвоевременной. Исходя из этого, можно утверждать, что в современном коммуникационном пространстве IT-сфера государства прямо или косвенно предоставляет услуги. Насколько это так, можно разобраться, подробнее рассмотрев то, что такое IT-услуги, кто их предоставляет, как они выражены и работают на практике. Четко обозначить, что такое IT-услуги, является достаточно сложной задачей из-за большого количества коммуникантов, между которыми возникает еще большее количество разнообразных связей. По большому счету, IT-услуги можно рассматривать как определенный набор продуктов и услуг, направленных на бесперебойное, безопасное и эффективное обеспечение не только информацией, но и любыми видами контента своих целевых аудиторий. Процесс коммуникации происходит не только между компанией и аудиторией, но и внутри самих компаний и аудиторий. Следует разобраться, как эта комплексная система функционирует в Республике Беларусь. Итак, участниками коммуникационного пространства IT-компаний являются:

– вендоры или компании, которые занимаются разработкой программного обеспечения. Чаще всего используют опосредованную коммуникацию со своими целевыми аудиториями. ЦА таких компаний являются чаще всего другие бизнес-компании. Другими словами, такая компания – частый представитель B2B-коммуникационного пространства;

– распространители или дистрибьюторы. Это компании, занимающиеся доставкой оборудования или программного обеспечения продавцам (реселлерам). Данный тип компаний коммуницирует точно. Исключительно с теми целевыми аудиториями, с которыми компания ведет непосредственные торгово-рыночные операции;

– розничные продавцы или реселлеры. Этот тип компаний в сфере IT занимается установкой и обслуживанием оборудования и программного обеспечения. Такой вид компаний непосредственно коммуницирует со своими целевыми аудиториями как офлайн, так и онлайн;

– потребители. Данный участник коммуникативного пространства представляет собой целевую аудиторию для всех участников коммуникационного процесса, описанного ранее.

Качество услуг напрямую зависит от способов коммуникации между всеми участниками процесса. Чем более оперативно каждое звено будет реагировать на потребности и пожелания своих целевых аудиторий в лице потребителей, партнеров и компаний, которые проводят разра-

ботку, доставку и обслуживание IT-продуктов, тем более вероятно, что предприятие сможет получать услуги высокого качества и стремительно развиваться за счет увеличения своей производительности.

Пространство IT является комплексным, достаточно сложным и обычно включает в себя не менее пяти участников. Каждая IT-компания самостоятельно определяет свое место в пространстве коммуникации. В современном мире, и в частности в Беларуси, обычно выделяется шесть коммуникативных ролей или пунктов деятельности в общем IT-пространстве:

- аутсорсинг;
- системная интеграция;
- консалтинг в области построения информационных систем;
- поддержка и внедрение информационных систем;
- разработка заказанного ПО;
- обучение и тренинги для персонала, который будет пользоваться продуктами.

В случае аутсорсинга коммуникативное пространство является несколько иным. В данном случае компания снижает нагрузку на свою внутреннюю коммуникацию, так как часть своей работы предприятие передает за пределы своего прямого коммуникативного влияния. В данном случае коммуникация ведется по цепочке «компания» – «сторонний исполнитель» – «компания» – «заказчик». В нашей стране вопрос аутсорсинга является очень актуальным. При этом Беларусь выступает как в роли заказчика, так и в роли исполнителя аутсорс-проектов, тем самым повышая не только эффективность исполнения IT-ролей, но и эффективность международной B2B-коммуникации.

Сотрудничество с аутсорсинговыми компаниями дает следующие коммуникативные преимущества:

- освобождает персонал отдела IT от рутинных коммуникативных задач;
- дает возможность сконцентрироваться на разработке собственных технологий и собственных более важных коммуникативных задач;
- снимает коммуникативную нагрузку с компаний-пользователей [2].

Таким образом, можно утверждать, что современный рынок IT-услуг Беларуси развивается не только в техническом плане, но и в коммуникативном. На данный момент существует огромное количество различных коммуникативных процессов, происходящих как внутри IT-компаний, так и извне при работе с целевыми аудиториями. Несомненно, большое количество участников таких процессов может затруднять их ход, однако в этом случае помогает разнообразие средств и способов коммуни-

кации, доступных для IT-компаний в современном коммуникационном пространстве.

#### **Библиографические ссылки**

1. Постановление Совета Безопасности Республики Беларусь «О Концепции информационной безопасности Республики Беларусь» // Министерство информации Республики Беларусь. Официальный сайт [Электронный ресурс]. URL: <http://mininform.gov.by/news/actual/utverzhdena-kontsepsiya-informatsionnoy-bezopasnosti-respubliki-belarus/> (дата обращения: 01.09.2019).
2. Современный рынок IT услуг: особенности и возможности // Экспоцентр. Официальный сайт [Электронный ресурс]. URL: <http://www.sviaz-expo.ru/ru/articles/2016/it-uslugi/> (дата обращения: 01.09.2019).

### **СОВРЕМЕННЫЕ ПОДХОДЫ К ИЗУЧЕНИЮ ФЕНОМЕНА ГОРОДСКИХ МЕДИА**

*Ю. В. Явинская*

*Белорусский государственный университет,  
ул. Кальварийская, 9, 220004, г. Минск, Республика Беларусь,  
yavinska@mail.ru*

Новым направлением в изучении городских медиа является «урбанистическое» направление с ярко выраженным аксиологическим уклоном: медиа рассматриваются как агенты производства новых культурных смыслов, трансляции ценностей и поведенческих установок, конструирования территориальной, политической и других видов социокультурной идентичности. Одним из методов изучения социокультурной идентичности в городских медиа может стать нарративный анализ.

**Ключевые слова:** городские медиа; идентичность; ценности; нарратив.

### **MODERN APPROACHES TO THE STUDY OF THE PHENOMENON OF LOCAL CITY MEDIA**

*Yu. V. Yavinskaya*

*Belarusian State University,  
9, Kalvariyskaya Str., 220004, Minsk, Republic of Belarus  
Corresponding author: Yu. V. Yavinskaya (yavinska@mail.ru)*

A new direction in the study of local city media is the «urbanistic» direction with a pronounced axiological bias: media are considered as agents of the