

ИННОВАЦИОННОЕ СОЗНАНИЕ ОБЩЕСТВА: ФЕНОМЕН ТЕХНОСОЦИУМА И МЕДИАИНСТРУМЕНТЫ ВОВЛЕЧЕННОСТИ

Н. Н. Левчук

*ГУ «НИИ Вооруженных Сил Республики Беларусь»,
ул. Калиновского, 4, 220103, г. Минск, Республика Беларусь,
1234_73@list.ru*

В статье представлены техносциальные предпосылки реализации инновационной стратегии государства, которые обусловлены не только научно-технологическими достижениями и повышением конкурентоспособности экономики, но и формированием инновационного сознания общества, в том числе с применением медиаинструментов.

Ключевые слова: инновационное сознание; техносциум; медиапродвижение; инвестиционный климат.

INNOVATIVE SOCIETY CONSCIOUSNESS: TECHNOSOCIUM PHENOMENON AND MEDIA INVOLVEMENT TOOLS

N. N. Levchuk

*The Armed Forces Research Institute of the Republic of Belarus»,
4, Kalinovskogo, 220103, Minsk, Republic of Belarus
Corresponding author: N. N. Levchuk (1234_73@list.ru)*

The article presents the technosocial prerequisites for the implementation of the state innovation strategy, which are due not only to scientific and technological achievements and increasing the competitiveness of the economy but also to the formation of the innovative consciousness of society, including the use of media tools.

Key words: innovative consciousness; technosocium; media promotion; investment climate.

Под феноменом техносциума в общеполитическом значении подразумевается антропологический синтез живого и технического,

проецируемый на закономерности развития общества и его организованности. Очевидно, что одним из важнейших, с точки зрения инновационного развития конкурентных преимуществ государства, является человеческий капитал [1], который при соответствующем уровне инновационного сознания общества является ключевым ресурсом перехода социально-экономической системы к новому (шестому) технологическому укладу.

В разработанной Национальной академией наук Беларуси стратегии «Наука и технологии 2018–2040» вышеупомянутый синтез представлен как сочетание прорывных технологий производственного, цифрового и социогуманитарного контуров. Это предполагает полноформатное внедрение цифровых технологий, развитый неиндустриальный комплекс и высокоинтеллектуальное общество [2]. Инновационное сознание общества подразумевает общенациональную вовлеченность в решение прорывных задач устойчивого социально-экономического развития. Изначально оно формируется в образовательном и медиапространстве благодаря распространению и популяризации знаний об инновационной деятельности и ее значимости [3].

Функционирование инновационного сознания общества отражает эффективность процесса отбора и преобразования идей, который иллюстрирует модель типа «воронка», разработанная С. Уилрайтом и К. Кларком (рис. 1). Она показывает алгоритм отбора (скрининга) инновационных идей от незрелых предложений к ограниченному числу многообещающих вариантов [4, с. 30]. В масштабах государства такая «воронка» формирует общественную вовлеченность в инновационный процесс и очерчивается границами медиапространства, которые способны расширяться вплоть до глобального масштаба, исходя из значимости внедряемой инновации. Более того, она выявляет движущие силы функционирования национальной инновационной системы (НИС) [5], что происходит на основе формирования рынка научно-технической продукции и благоприятной среды для осуществления инновационной деятельности. В качестве материального фактора стимулирования развития НИС выступает совершенствование системы финансирования научно-технической и инновационной деятельности. В качестве социального – рост инновационного сознания общества, предполагающего общенациональную вовлеченность в цели инновационного развития.

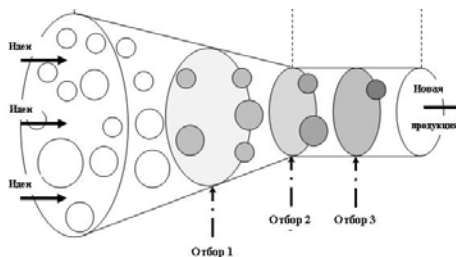


Рис. 1. Функционирование инновационного сознания общества на примере модели инновационного процесса Уиллпрайта – Кларка

Развитие материального фактора неотделимо от социальной мотивации и медиапродвижения через формирование благоприятного инвестиционного климата в стране. А это – совершенствование системы коммерциализации результатов научно-технической деятельности, развитие законодательной базы и производственной инфраструктуры. Научно-коммерческая база «воронки» на государственном, региональном и глобальном уровнях формируется с помощью информационно-коммуникационных процессов и медиаинструментов.

Успешность реализации инновационных инициатив в современном мире зависит от трех наиболее значимых объективных факторов: 1) глобальных многоуровневых трансформаций («глобализации»), 2) развитой технологической инфраструктуры для успешной гражданской коммуникации и 3) экспоненциального расширения национальных и транснациональных социальных сетей. Глобальные потоки труда и капитала, разветвленная планетарная инфомедийная сфера и гражданские инициативы способствуют формированию инновационной среды именно посредством работы социальных сетей [6], являющихся инструментом техногенезиса инновационного сознания общества.

Такой техногенезис лежит в основе формирования сетевой модели социальности и является одним из знаковых свершений постиндустриальной эпохи. Появление новейших медиаплатформ, стремительное вторжение сетевых технологий в социальную реальность позволяют говорить об инновационной коммуникативной (твиттерной) революции, в результате которой трансформировались сами способы коммуникации. Значение этих медиаплатформ выражается в особом структурировании рефлексивных организованностей общества, реализующих коммуникационный комплекс инновационного сознания.

На государственном уровне *инновационное сознание реализуется в виде способности принимать эффективные управленческие решения в условиях неопределенности, когда управленцу приходится находить новые пути адаптации оригинальных идей и решений к уже устоявшимся структурам. Включение их в уже сформировавшиеся схемы, процессы, убеждения окружающих в правильности принятых решений* [8] также рассматривается в контексте формирования инновационного сознания общества.

Полноценная реализация его роли связана с особой миссией СМИ, работающих в пределах коммуникативной стратегии, нацеленной на формирование гражданина, наделенного качествами и компетенциями «человека инновационного». Это предполагает способность самостоятельно решать встающие перед ним задачи в условиях глобальной информационной среды. «Человек инновационный» – тот, кто обладает достаточным уровнем развития интеллекта и креативности; эффективен как в производстве мыслительной и творческой продукции, так и на поведенческом уровне во взаимодействии с такими продуктами; является как минимум активным пользователем информационно-коммуникационных технологий; чувствителен к новому и ориентирован на его поиск [8].

В этом смысле инновационное сознание общества реализует перспективу массовой способности и готовности людей к непрерывному образованию, постоянному совершенствованию, переобучению и самообучению, профессиональной мобильности. В его формировании реализуется новый мировоззренческий тип человека [9], устремленного в инновационное будущее, обладающего определенным набором базовых качеств, которые предопределяют его адаптивность в условиях нового технологического уклада.

Библиографические ссылки

1. Стратегия инновационного развития Российской Федерации на период до 2020 года // Правительство Российской Федерации [Электронный ресурс]. URL: <http://government.ru/docs/9282/> (дата обращения: 01.05.2020).
2. Стратегия «Наука и технологии 2018–2040» // Национальная академия наук Беларуси [Электронный ресурс]. URL: http://nasb.gov.by/congress2/strategy_2018-2040.pdf (дата обращения: 01.03.2018).
3. Концепция Государственной программы инновационного развития Республики Беларусь на 2016–2020 годы // Государственный комитет по науке и технологиям Республики Беларусь [Электронный ресурс]. URL: <http://www.gknt.gov.by/opencms/opencms/ru/innovation/inn2/> (дата обращения: 01.03.2018).

4. Методы и инструменты управления инновационным развитием промышленных предприятий. СПб. : БХВ-Петербург, 2013. 208 с.
5. О Государственной программе инновационного развития Республики Беларусь на 2016–2020 годы. Указ Президента Республики Беларусь от 31 января 2017 г. № 31 / Национальный правовой Интернет-портал [Электронный ресурс]. URL: http://www.pravo.by/upload/docs/op/P31700031_1486414800.pdf (дата обращения: 12.10.2017).
6. *Кравченко И., Буряк В.* Социальные сети как значимый сегмент ноосферогенеза // Ученые записки Таврического национального университета им. В. И. Вернадского. Сер. Философия. Культурология. Политология. Социология. Т. 27 (66). 2014. № 1–2. С. 217–223.
7. *Кастельс М.* Галактика Интернет: Размышления об Интернете, бизнесе и обществе / пер. с англ. А. Матвеева под ред. В. Харитонова. Екатеринбург : У-Фактория (при участии Гуманитарного ун-та), 2004. 328 с.
8. *Яголковский С. Р.* Психология инноваций: подходы, модели, процессы [Электронный ресурс]. URL: http://www.e-reading.by/bookreader.php/1036920/Yagolkovskiy_-_Psihologiya_innovaciy_podhody,_metody,_processy.html (дата обращения: 01.03.2018).
9. *Слука А. Г.* Ідэалогія беларускай дзяржаўнасці (метадалогія фарміравання). Мінск : РІВШ, 2007. 334 с.

ФАКТИЧЕСКИЙ МЕДИАПОВОД В ПУБЛИКАЦИЯХ, ПОСВЯЩЕННЫХ ТЕМЕ РОЖДАЕМОСТИ

Н. Е. Луйгас

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

Исследование фактического медиаповода, положенного в основу публикаций, посвященных теме рождаемости, позволит оценить качество информационного обеспечения читателей по этой теме и жанровое разнообразие материалов, отражающих состояние современной белорусской семьи, а также выявить пробелы, на которые стоит обратить внимание редакциям. Представлены результаты аналитического обзора материалов брестской областной газеты «Заря» и гомельской областной газеты «Гомельская правда» за период с сентября 2019 года по февраль 2020 года.

Ключевые слова: фактический медиаповод; защита материнства и детства; демографические показатели.