

Фрагментированное знание, которое является следствием как информационного перенасыщения, так и беспечного отношения к информации, не способствует качественной концептуализации действительности [4, с. 139–141]. Задача высшего философского образования помочь молодым философам решить эту проблему путем свободной творческой активности. Информационно-коммуникационные технологии, в этом плане, могут быть хорошим средством, при условии их грамотного использования.

Библиографические ссылки

1. Крайнов Е. А., Тараканов А. В., Савин А. В. Информационно-коммуникационные технологии в современном высшего образования // Проблемы современного педагогического образования. 2018. № 59 (2). С. 114–118.
2. Оселедчик М. Б. Логико-философский анализ понятия «знание» // Социально-гуманитарные знания. 2017. № 1. С. 247–261.
3. Нагаева А. И. Возможности применения информационных ресурсов в образовании // Проблемы и перспективы развития образования в России. 2012. № 15. С. 1–6.
4. Труфанова Е. О. Перспективы человека в ситуации информационного перенасыщения // Революция и эволюция: модели развития в науке, культуре, обществе. 2019. № 1. С. 139–142.

Классический университет в контексте культуры соучастия

В. О. Сташис

*Белорусский государственный университет,
факультет философии и социальных наук,
кафедра философии и методологии науки
Stashis@bsu.by*

Аннотация. В статье исследуется вопрос участия классического университета в конкуренции за внимание пользователей сети Интернет в контексте распространения культуры соучастия. Анализируется поведенческая стратегия потребителей новых медиа и подчеркивается количественный рост образовательных услуг, наблюдаемый в пространстве Всемирной паутины.

Ключевые слова: культура соучастия; университет; образование; новые медиа; Интернет.

Выражение «культура соучастия» (*participatory culture*) все чаще встречается в дискуссиях, посвященных современному медиа. Ключевую роль в концептуальном осмыслении данного феномена сыграл Г. Дженкинс. Как писал американский исследователь, культура соучастия – это «культура, в рамках которой фанаты и другие пользователи приглашаются к активному соучастию в создании и распространении нового контента» [1, с. 29]. Именно так он характеризует среду, в которой привычные преграды на пути распространения объекта

творчества (это критики, издатели, прокатчики, кураторы и т. д.) нивелируются, позволяя функционировать множеству микросообществ просьюмеров – людей, которые являются одновременно и потребителями, и производителями современности.

Непосредственное включение потребителей в процесс производства медиапродукта уже давно является данностью, достаточно упомянуть, что именно на нем базируется принцип функционирования Web 2.0. Так, среди представителей молодежи в США еще в 2005 году отмечалась следующая тенденция: «Половина всех подростков создает медиапродукт, и приблизительно треть использует Интернет для распространения созданного продукта» [2]. Сам факт участия пользователей сети Интернет в производстве информации следует понимать не просто как развлечение, но как способ социализации и формирования новых сообществ.

Включение в новые формы коммуникации изменило взгляд человека на отношение к образованию и творчеству. Культура соучастия базируется на большом количестве маленьких и активных сообществ, участники которых постоянно задействованы в создании, оценке и поддержке друг друга. В таких условиях обостряется чувство личной ответственности, а значит, меняется и мировосприятие. Растет запрос не только на потребление благ, но и их создание, что неизбежно затрагивает сферу образования. Согласно российской исследовательнице В. Н. Едроновой: «В 2020 г. объем мирового рынка онлайн-образования составил 222 млрд долл. и увеличился по сравнению с предыдущим годом на 11,4 %, а с 2017 г. – в 1,4 раза» [3, с. 278]. Необходимо понимать, что статистика отражает лишь вершину айсберга. Существует и активно наполняется контентом «неформальный» сектор образовательных услуг, в который стоит включить обучающие видео, статьи и подкасты, создаваемые вне зарегистрированных образовательных учреждений, но преследующие те же просветительские задачи.

Как уже отмечалось, особенностью культуры соучастия является не только большое количество активных агентов, производителей культуры, но и ощущение поддержки и значимости, формированию которого способствует активность в пространстве, где происходит обмен культурными продуктами – в сети Интернет. Глобальный непрерывный полилог – это та форма социализации, которую не может предоставить классический университет, довольно консервативный институт со своей иерархией. При этом университет, выступая как отдельный агент, пытается оказаться вовлеченным в диалог внутри новых медиа, что на сегодняшний день уже кажется необходимым условием для его выживания. Новые медиа формируют не только дополнительное пространство для общения ученых, но и новые формы символического капитала, образуя среду, которую необходимо завоевывать, чтобы получить возможность роста. Это обуславливает постоянно пополняющееся количество бесплатных лекций и научных материалов, которые оказываются в открытом доступе после публикации на страницах ведущих университетов мира. Таким образом,

круг замыкается, и эти университеты становятся агентами культуры соучастия.

Мы можем зафиксировать эту ситуацию, но вопрос в том, должны ли образовательные институты стремиться к тому, чтобы захватить контроль над дальнейшим ее развитием? Следует ли поддаться новым веяниям и согласиться с трансформацией высшего учебного заведения классического типа в университет 3.0, образовательный кластер, или еще какое-то предприятие гибридного типа, ориентированное на прибыль? Ведь консервативный характер университетской системы можно рассматривать и как плюс, как возможность формировать классический топос в реальных условиях. Образование и многознание не тождественные понятия, а потому в дискуссиях о судьбе университета следует четко определить ту цель, которая в будущем не утратит свою ценность.

Библиографические ссылки

1. Дженкинс Г. Конвергентная культура. Столкновение старых и новых медиа М.: РИПОЛ классик, 2019. 384 с.
2. Jenkins H. Confronting the Challenges of Participatory Culture: Media Education for the 21st Century [Electronic resource]. Mode of access: https://www.macfound.org/media/article_pdfs/JENKINS_WHITE_PAPER.PDF. Date of access: 18.03.2024.
3. Едренова В. Н. Онлайн-образование в системе цифровой трансформации российских вузов: статистика 2020 г. // Экономический анализ: теория и практика. 2021. Т. 20. № 2 (509). С. 278–298.

Формирование у студентов образа общества будущего в преподавании специальных дисциплин по коммуникациям

И.Ю. Тимоховцева

*Белорусский государственный университет,
факультет философии и социальных наук,
кафедра социальной коммуникации
iryna.tsimokhautsava@gmail.com*

Аннотация. Рассматриваются некоторые дидактические аспекты в преподавании специальных дисциплин по коммуникациям. Обсуждается значение формирования представлений об обществе будущего у студентов специальности «Социальные коммуникации». Описывается способ реализации такого подхода согласно концепции развития высшего образования в Республике Беларусь.

Ключевые слова: высшее образование; образ общества будущего; субъектоцентрированный подход И. А. Лесковой; качество образования.

Преподавание специальных дисциплин по формированию специалиста по коммуникациям на современном конкурентноспособном уровне предполагает учет мировых тенденций в развитии системы образования. Согласно Концепции развития системы образования Республики Беларусь до 2030 года цель высшего образования в нашей