

Шибут Ирина Петровна,
Белорусский государственный университет
© И.П. Шибут

ВИЗУАЛЬНЫЕ И ИНТЕРАКТИВНЫЕ КОММУНИКАЦИИ КАК БАЗОВАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ ОБУЧЕНИЯ СПЕЦИАЛИСТА В ОБЛАСТИ ИНФОРМАЦИИ И КОММУНИКАЦИИ

Аннотация:

В статье обсуждается актуальная проблема разработки и внедрения в учебный процесс кафедры технологий коммуникации Института журналистики БГУ авторских дисциплин, базирующихся на технологической и коммуникативной составляющей. Цель статьи – исследование и определение набора знаний, умений, компетенций в области информационных технологий для подготовки будущих специалистов в области информации и коммуникации к использованию качественно нового вида интерактивной, визуальной коммуникации.

Ключевые слова: информационное пространство; информация и коммуникация, интернет-коммуникация, социальные сети, мультимедиа, информационный дизайн.

Abstract:

The article discusses the actual problem of developing and introducing into the educational process of the Chair of Communication Technologies of the Institute of Journalism of BSU author's disciplines, based on the technological and communicative component. The purpose of the article is to study and determine the set of knowledge, skills, competences in the field of information technologies for the training of future specialists in the field of information and communication to use a qualitatively new type of interactive, visual communication.

Keywords: information space; information and communication, Internet communication, social networks, multimedia, information design

Сегодня мы стали свидетелями уникального явления: постепенно потребление информации приобретает самодостаточный характер, и первоначальный побудительный мотив отмирает. Возникает явление, которое именуют «познавательным автоматизмом» [3]. Условия создания этого качества – наличие постоянно действующего инфополя, или инфосреды. Цивилизация на нынешнем уровне развития постепенно отнимает у человека способность к самостоятельному постижению мира через свой эмпирический деятельный опыт. Чаще всего обыватель связан с чужим, непосредственно не знакомым ему концептом реальности. Но эта зависимость скорее добровольно-принудительная, сродни наркотической зависимости от алкоголя или табака. Главной мотивацией здесь является желание получить некую сумму информации, как бы замещающую реальный жизненный опыт.

Развитие Интернета предполагает распространение новых форм общения, когда обычные отношения между людьми преобразуются в отношения между образами. Специфика форм общения посредством компьютерной связи, имеющая иную меру свободы в конструировании послания любого участника диалога, выдвигает и иную модель поведения человека. Медиативная форма восприятия заменяется более активной интеграцией воли зрителя в саму структуру послания. На смену вещанию приходит коммуникация.

Вопрос о реальности воспринимаемой из Интернета информации включает в себя два различных компонента. Основной компонент – фактичность, то есть вера в буквальную реальность сообщений. Существует точка зрения, согласно которой массовые коммуникации не отражают реальность, а творят ее, выступая в роли генератора «новой социальности». Коммуникация, согласно такой парадигме, принимается в качестве базового социального процесса управления, формирующего социальное время и пространство, создающего ценности, цели и ориентиры для культуры повседневности. Потребление любой информации становится опосредованным коммуникативным каналом участием в событийности. А. Калмыков в этом случае утверждает, что не информация и даже не коммуникация являются их главным содержанием, а событийность и актуальность [2]. Сама же виртуальность собственно и есть актуальная событийность.

Во второй половине XX века телевидение, вначале воспринимаемое всего лишь как транспортирующее средство, быстро обрело значение основного канала информации. Помимо существенного влияния на характер и формы быта людей, вещание сформировало уже несколько так называемых телевизионных поколений, то есть генерацию людей, обладающую определенным мировидением и навыками потребления визуальной информации.

Сейчас же «экранная» коммуникация (имеется в виду и телевидение, и компьютерная коммуникация) в наши дни стала одной из основных форм познания реальности. Но ее значение для самосознания индивида этим не ограничивается. Стремительная мутация «сюжета» отношений реальности и человека под влиянием посредника – телевизора или компьютера – приводит к аберрации восприятия не только экранной информации, но и самой жизни. Экран создает как бы новую реальность, во многом противоположную привычной повседневности, в которой пребывает человек. Он помогает ощущать себя гостем различных уголков земного шара, предоставляет свободу выбора зрелища и информации, дает иллюзию впечатлений и переживаний, которых недостает в реальной жизни, снимает комплекс одиночества, создает ощущение включенности. Но одновременно подобные каналы коммуникации могут подвергнуть мутациям сознание человека, превратив его в бессмысленного потребителя любой информации, плохо соотносимой с его собственным опытом. Так возникает иллюзия знаний. Окружающий мир для нынешнего человека – это, с одной стороны, действительность, а с другой – иллюзия действительности. Безусловно, компьютерная сеть – последнее звено в развитии экранной культуры. Она могла возникнуть лишь на подготовленной

почве. Для свободного общения с компьютерным словарем знаков и иероглифических обозначений человеческое сознание должно было пройти школу экранного мировидения, которую ему предоставила цивилизация XX века в виде кинематографа и телевидения.

Сегодня в формировании экранной картины мира принимают участие все формы экрана: кинематографический, телевизионный и компьютерный. Для потребителя визуальной информации вначале формируется экранная модель действительности на киноэкране, а с появлением телевидения и компьютерного экрана этот образ реальности еще и становится документальным, реальным. Большинство психологических механизмов и кодов, превращающих изображение в осознаваемый облик жизни, были сформулированы и освоены на практике еще в «дотелевизионную эру» [3]. Именно поэтому так значимо освоение современными специалистами создания экранного языка познания реальности и его последовательной эволюции – от появления кино до разнообразия новых форм визуального отображения действительности сейчас и в будущем.

Авторы посвященных данной проблеме исследований указывают на особенности эволюции контакта с виртуальной реальностью: «Книгу можно дочитать до конца. Киносеанс рано или поздно оканчивается. Телеканал мог быть уже круглосуточным. Для прохождения некоторых компьютерных игр нужно несколько дней. В интерактивной компьютерной игре скоро можно будет жить «вечно» – насколько хватит физических сил» [3]. В данной ситуации компьютер в частности и Сеть в общем – орудия для производства и переработки образов. Но изначально Интернет был текстовым инструментом, и новые поколения, из-за возросшего количества доступной информации, способны читать гораздо быстрее. «Если телеэкран – это окно в мир, явленный в образах, то дисплей – это идеальная книга, где мир выражен в словах и разделен на страницы», – пишет Умберто Эко [13]. В этом смысле в наиболее распространенных пока текстовых формах интернет-общения люди оперируют именно словами.

Развитие мультимедийных технологий сегодня способствует появлению разнообразных 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 [11, с. 164]. Фактически, речь идет о рождении качественно нового вида коммуникации. Можно добиться существенного улучшения читабельности публикации, сокращая и структурируя исходное сообщение. Иными словами, структурированность, объективность и лаконичность являются моментами, учет которых способен в какой-то степени компенсировать риски неоднозначности восприятия, неадекватности интерпретаций. Интерактивность позволяет индивидуализировать продукт, и более развернутое повествование предлагается читателю наравне с фото, аудио и другими сопутствующими материалами, в виде гипертекстовых ссылок. Гипертекст позволяет

предоставить максимальный объем информации и ее детальное изложение во всех видах (от текста до видео).

При этом технологической платформой такой интерактивной коммуникации может служить как веб-сайт – центральный элемент коммуникативной политики, проводимой в Интернете, так и социальные медиа – самый популярный тип интернет-объектов, «точка входа» и основа веб-коммуникационных продуктов для всех остальных типов сообщений [10, 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. Создатели электронных публикаций не просто обнародуют информацию на электронной доске объявлений, они организуют целую среду для интерактивного персонального общения. Обязанность специалиста в области коммуникации – найти правильный тон изложения материала и правильный стиль его оформления, которые смогут привлечь (и удержать) внимание аудитории. Помимо этого такому специалисту приходится серьезно думать и над проблемой определения потенциальной аудитории. Демографический состав 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 [6, с. 123].

Помимо всего вышеизложенного, специалисту в области 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) [7, 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 в данном случае определяется наличием грамотно выстроенной обратной связи [6, с. 125].

Учитывая все вышеизложенное, в рамках научной и учебной программы преподавателями кафедры технологий коммуникации Института журналистики Белорусского государственного университета разработаны и внедрены в учебный процесс авторские курсы, базирующиеся как на технологической, так и на коммуникативной составляющей: «Мультимедийные технологии коммуникации» [8], «Информационный менеджмент в веб-среде» [1], «Технологии интернет-коммуникации» [12], «Основы визуального дизайна» [9].

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. 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 [6, с. 126].

Актуальность изучения учебной дисциплины «Информационный менеджмент в веб-среде», основной целью которой является 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. 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 наличия 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 [6, с. 126].

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. 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 [6, с. 127].

Учебная дисциплина «Основы визуального дизайна» 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 электронной информации; дает представление о реалиях, в том числе, новейших, визуальной интернет-коммуникации в различных сферах.

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) и ежегодно обновляется [5]. 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 [4]. 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 насчитывает около 570 участников. 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. Планируется дальнейшее развитие открытой группы ВКонтакте, создание дополнительных разделов. 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.

Литература:

1. Информационный менеджмент в веб-среде [Электронный ресурс]: метод. рекомендации для студентов гуманитар. спец. / И. П. Шибут, С. Н. Гринчук. – Минск : БГУ, 2014. 180 с. – 1 электронный оптический диск. ISBN 978-985-518-960-3.
2. Калмыков, А. А. Интернет-журналистика как предмет научного исследования / А. А. Калмыков // Вестник электронных и печатных СМИ. – N5 [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.vestnik.ipk.ru/index.php?id=1565>. – Дата доступа: 8.02.2018.
3. Прожико, Г. С. Виртуальная реальность: два лица экрана (Введение в проблему) / Г. С. Прожико // Вестник электронных и печатных СМИ. – N6 [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.vestnik.ipk.ru/index.php?id=1574>. – Дата доступа: 8.12.2017.
4. Открытая группа «Кафедра технологий коммуникации ИЖ БГУ», социальная сеть «ВКонтакте» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://vk.com/infocomtech> – Дата доступа: 05.12.2017.
5. Сайт кафедры технологий коммуникации Института журналистики БГУ [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://infocom.bsu.by/> – Дата доступа: 05.12.2017.
6. Шибут, И. П. Информационные технологии как базовая составляющая обучения специалиста в области информации и коммуникации / И. П. Шибут // Корпоративные стратегические коммуникации [Электронный ресурс]: сб. науч. ст. / БГУ, Институт журналистики, каф. технологий коммуникации; редкол.: С. В. Дубовик (отв. ред.) [и др.]. – Минск : БГУ, – 2016.
7. Шибут, И. П. Использование социальных сетей в качестве информационной среды образовательного учреждения / И. П. Шибут // Применение инновационных технологий в образовании: материалы XXVI Международной научной конференции. – г. Москва, г. Троицк, 2015. – 497 с.
8. Шибут, И. П. Мультимедийные технологии коммуникации [Электронный ресурс]: учебно-методический комплекс / И. П. Шибут. – Минск : БГУ, 2014. 146 с. – 1 электронный оптический диск. ISBN 978-985-566-111-6.
9. Шибут, И. П. Основы визуального дизайна. Учебная программа для высших учебных заведений по специальности 1-23 01 07 «Информация и коммуникация». / И. П. Шибут. – Минск. – 2016. 17 с.
10. Шибут, И. П. Сайт кафедры технологий коммуникации ИЖ БГУ: история и пути развития / И. П. Шибут // Корпоративная пресса в системе СМИ Республики Беларусь: традиции, опыт, пути развития : материалы Республ. науч.-практ. конф., 1-2 ноября 2013 г. – Минск: Изд. Центр БГУ, 2014. – 252 с.
11. Шибут, И. П. Социальные медиа: взаимодействие коммуникатора с аудиторией / И. П. Шибут // Мультимедийная журналистика Евразии – 2014: интегративные медиапроекты, медийная коммуникация и информационализм в условиях интеллектуализации общества Востока и Запада. Евразия молодая – 2014: сб. материалов и научных статей VIII Международной научно-практической конференции. – Казань: Изд-во Казан. ун-та, 2015. – 498 с.
12. Шибут, И. П. Технологии интернет-коммуникации. Учебная программа для высших учебных заведений по специальности 1-23 01 07 «Информация и коммуникация». / И. П. Шибут. – Минск: учебно-издательская лаборатория Института журналистики БГУ. – 2013. 27 с.
13. Эко, У. От Интернета к Гутенбергу: текст и гипертекст (отрывки из публичной лекции Умберто Эко на экономическом факультете МГУ 20 мая 1998) [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.philosophy.ru/library/eco/internet.html>. – Дата доступа: 8.12.2017.