

УДК 37.013

DOI: 10.34670/AR.2023.97.52.004

## **Тенденции и тренды инновационного преобразования в информационном пространстве: социально-педагогические аспекты**

**Гудкова Светлана Анатольевна**

Кандидат педагогических наук,  
доцент кафедры «Теория и практика перевода»,  
Тольяттинский государственный университет,  
445020, Российская Федерация, Тольятти, ул. Белорусская, 14;  
e-mail: s.gudkova@tltsu.ru

**Денисова Оксана Петровна**

Доктор педагогических наук,  
профессор кафедры «Педагогика и психология»,  
Тольяттинский государственный университет,  
445020, Российская Федерация, Тольятти, ул. Белорусская, 14;  
e-mail: kseniya101@mail.ru

**Иванова Татьяна Николаевна**

Доктор социологических наук, доцент,  
завкафедрой «Журналистика и социология»,  
Тольяттинский государственный университет,  
445020, Российская Федерация, Тольятти, ул. Белорусская, 14;  
e-mail: ivanovat2005@tltsu.ru

**Непрокина Ирина Васильевна**

Доктор педагогических наук,  
профессор кафедры «Педагогика и психология»,  
Тольяттинский государственный университет,  
445020, Российская Федерация, Тольятти, ул. Белорусская, 14;  
e-mail: ivneprokina@rambler.ru

### **Аннотация**

В статье рассматриваются дифференциация информации в обществе, где появляются различные ее подвиды: научно-техническая, статистическая, социальная, технологическая. Авторы выделяют виды информации, которые используются в целенаправленной деятельности по созданию новых искусственных структур, по формированию и развитию ноосферы, нового состояния биосферы. В статье отмечается взаимодействие общества с информацией, где происходит изменение регуляторов социальных отношений, в том числе морали и иных социальных норм, а также структурное изменение всего общества. В статье авторы описывают актуальность исследования характера социальной интериоризации

населения к инновациям информационного пространства. Авторами статьи информационное общество рассматривается, как пример высокоорганизованной социальной системы, где в современных условиях актуальной является проблема изучения и анализа понятия «инновационное информационное пространство». Основной задачей инноваций является улучшение, совершенствование или качественная модернизация продукции или технологий (производственных, образовательных, управленческих и пр.). Авторы классифицируют инновации по различным критериям: технологические, административные (организационно-управленческие), маркетинговые, информационные, социальные, экологические. В статье представлены результаты вторичного анализа данных. Авторы интерпретируют понятие «инновации» как емкое понятие, где объектом инноваций могут быть как продукт или услуга, так и некая принципиально новая технология производства или принятия решений.

#### **Для цитирования в научных исследованиях**

Гудкова С.А., Денисова О.П., Иванова Т.Н., Непрокина И.В. Тенденции и тренды инновационного преобразования в информационном пространстве: социально-педагогические аспекты // Педагогический журнал. 2023. Т. 13. № 8А. С. 33-39. DOI: 10.34670/AR.2023.97.52.004

#### **Ключевые слова**

Тренды, инновационные преобразования, информационное пространство, социальная интериоризация, парадигма, вторичный анализ данных.

## **Введение**

Социальная система общества образовалась в результате появления множества новых взаимосвязей и взаимодействий в информационном пространстве. В биологических и социальных системах выделяют формы информации, соответствующие физическим сущностям систем: биологическая форма – внутри и между живыми организмами (в том числе генетическая, зоопсихологическая информация); социальная – в человеческих сообществах; машинная – внутри и между машинами. По мере накопления в обществе разнообразных видов информации, ее потребление в социальных системах становится более интенсивным во всех сферах.

При взаимодействии общества с информацией происходит изменение регуляторов социальных отношений, в том числе морали и иных социальных норм, а также структурное изменение всего общества.

Отсюда вытекает актуальность исследования характера социальной интериоризации населения к инновациям информационного пространства.

## **Методология**

Информационное общество – пример высокоорганизованной социальной системы. Разные страны вкладываются в сферу информационных и компьютерных технологий, и мы тоже должны, не отставая, идти в ногу со временем. Таким образом, в современных условиях актуальной является проблема изучения и анализа понятия «инновационное информационное пространство».

Рассмотрение общества как системы позволяет выделить объективные и субъективные факторы социальной интериоризации. В школе «структурного функционализма, принципы которого были заложены в парадигме Т. Парсонса и Р. Мертона, выявлены функции ценностей в процессе трансформации и стабилизации социальной системы, которую они понимали, как неслучайность социального взаимодействия индивидов.

Социальную интериоризацию с точки зрения тех оснований, которые позволяют индивидам адекватно осознавать социальную реальность и участвовать в социальном процессе, исследовали Л. Пэнто, П. Бергер, Н.И. Сарджвеладзе, Г.Г. Дилигенский.

В. Франкл рассмотрел «условия генезиса и критерии успешной интериоризации смыслов деятельности, как составляющей пролонгированной социальной активности». И.С. Кон выявил внешние характеристики процесса социализации, связанные с одобрением социального окружения. Глубже понимали процесс социализации и интериоризации общезначимых смыслов Н. Луман, А. Маслоу, Я.В. Кириллова. Рассмотрены социальные условия существования индивида в современном обществе в период его интериоризации.

В.Н. Ремарчук раскрыл особенности функционирования социальной системы в условиях глобализации, которую он определил, как процесс формирования единства мирового информационного, экономического, политического, правового, социокультурного и экологического пространства. Е.В. Макаренко выявил факторы социальной интеракции в городской среде в эпоху урбанизации, определил снижение рисков развития полисов в условиях включения общественного городского мнения в механизмы контроля за состоянием и развитием городской среды обитания.

Помимо очевидных плюсов данный факт создает и ряд угроз, например, для участников рыночных процессов – информационные потоки меняются настолько стремительно, что идеи, «витающие» в информационном пространстве, могут быть буквально перехвачены; растет конкуренция; сокращаются сроки стратегического планирования.

Однако, несмотря все на сложности, инновации являются ключом к развитию экономики отрасли, общества, отдельно взятых регионов и государств.

Классифицировать инновации можно по различным критериям, в частности по сфере их применения – технологические, административные (организационно-управленческие), маркетинговые, информационные, социальные, экологические; по распространенности; по преемственности и т.д. При этом данные классификации могут тесно перекликаться: к примеру, инновации в области экологии требуют высокотехнологичных решений и при этом играют огромную социальную роль.

Согласно последним исследованиям, проведенным Национальным исследовательским университетом «Высшая Школа Экономики», наибольшая инновационная активность наблюдается в высокотехнологичных отраслях (29,4%); на среднетехнологичные предприятия высокого уровня приходится 15,7% инвестиций в инновации; на среднетехнологичные низкого уровня – 10,4% затрат.

Экологические инновации приобретают все большую актуальность. Одна из базовых потребностей общества – здоровье и безопасность – диктует создание благоприятных условий для жизнедеятельности технологий. Биотехнологии, экологичная химия и материалы, технологии энергосбережения и энергоэффективности, инновации в области управления отходами (технологии и создание инфраструктуры как для промышленных отходов, так и для бытовых), управление природными ресурсами и др.

Рассмотрим подробнее последние инновации в области голосового поиска. Флагманом

российского рынка на сегодняшний день является разработка компании Яндекс – Алиса. Вслед за своими предшественниками Siri и OK Google, сервис набирает обороты в России.

В США, по оценке компании GoldmanSachs, данный рынок оценивался в 2017 г. примерно в 100 млрд. долларов, однако в 2018 г. вырос до 150 млрд. долларов.

Успешность социального бота зависит от его способности убеждать пользователей социальных сетей в том, что действия выполняются реальным человеком. Значимость социальных ботов нельзя переоценить, т.к. социальные медиа все чаще используются организациями в качестве бизнес-инструмента для взаимодействия с текущими и потенциальными клиентами.

Еще одно «перспективное направление в развитии инноваций – виртуальная реальность (VR) – «голубой океан» для создания новых рынков и продуктов». Стартапы VR работают в разнообразных бизнес-сценариях, «включая электронную коммерцию, игры, социальные приложения, обучение и образование, здравоохранение, онлайн-среду VR и многое другое. Ожидается, что следующие несколько лет развитие VR-среды будет прогрессировать стремительными темпами и интегрироваться в дополненную реальность».

Блокчейн – данную инновацию в области хранения и отслеживания данных нельзя обойти стороной, анализируя последние тенденции в развитии инноваций.

К сожалению, население России, согласно последней панели опроса НИУ ВШЭ, не считает уровень развития инноваций высоким по сравнению с другими странами мира. Широтой внедрения инноваций в повседневную жизнь общества недовольны более 40% населения страны.

По данным Всероссийского омнибуса GfK, в 2016 году аудитория Интернет-пользователей в России в возрасте от 16 лет и старше – 70,4%, что составляет порядка 84 млн. человек.

Прирост российской аудитории пользователей Интернет на мобильных устройствах в 2016 году составил 6 млн. человек. Сегодня 56 млн. россиян в возрасте от 16 лет пользуются Интернетом на мобильных устройствах – смартфонах и планшетах (46,6% от всей аудитории).

## Заключение

Таким образом, исследователи отмечают, что среди молодых респондентов пользование интернетом превышает 90% (в группе 18-24 лет – 96%, в группе 25-39 лет – 93%), а среди людей старше 55 лет – только 27%.

По результатам опроса Всероссийского центра изучения общественного мнения (ВЦИОМ) о распространенности различных каналов новостей о стране и мире, главным источником такой информации для большинства россиян является телевидение, хотя его популярность со временем снижается (62% в 2015 г., 52% в 2017 г.). Одновременно растет популярность интернета (включая информационные сайты, социальные сети и блоги), который используется 32% всех опрошенных для поиска новостных материалов (в 2015 г. – 22%). Уже сегодня для молодежи сеть – главный источник актуальной информации (65% 18-24-летних, 50% 25-34-летних). Радио и газеты называют существенно реже (3% и 4% респондентов соответственно).

## Библиография

1. Багирова К.Э. От информационного общества к обществу знания // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия: Социология. Политология. 2015. Т. 15. № 1. С. 29-35.
2. Белл Д. Социальные рамки информационного общества // Новая технократическая волна на западе. М.: Прогресс,

1986. С. 330-342.
3. Бехманн Г. Современное общество. Общество риска, информационное общество, общество знаний. М.: Логос, 2015. 248 с.
  4. Бутаев В.Б. Постиндустриальное общество: особенности и критерии. М.: Компания Спутник+, 2003. 32 с.
  5. Волков Д. Российский медиа-ландшафт: телевидение, пресса, Интернет. URL: <https://www.levada.ru/2014/07/18/rossijskij-media-landshaft-televidenie-pressa-internet-2/>
  6. Гринева О.А. Трансформация человеческого бытия в условиях современного информационного общества: социально-философский анализ: дис. ... канд. филос. наук. Красноярск, 2017. 154 с.
  7. Джери Д. Большой толковый социологический словарь. М.: Вече, АСТ, 1999. Т. 2. 544 с.
  8. Иноземцев В.Л. Современное постиндустриальное общество: природа, противоречия, перспективы. М.: Логос, 2000. 302 с.
  9. Институт социологии Российской академии наук. URL: [http://www.isras.ru/index.php?page\\_id=1548&id=2658](http://www.isras.ru/index.php?page_id=1548&id=2658)
  10. Интернет против телевидения: битва продолжается. URL: <https://wciom.ru/index.php?id=236&uid=116341>
  11. Исследование GfK: Тенденции развития Интернет-аудитории в России. URL: <http://www.gfk.com/ru/insaity/press-release/issledovanie-gfk-tendencii-razvitija-internet-auditorii-v-rossii/>
  12. Кастельс М. Информационная эпоха: Экономика, общество и культура. М., 2000. 608 с.
  13. Комлев Н.Г. Словарь иностранных слов. М.: ЭКСМО, 2006. 669 с.
  14. Парсонс Т. Аналитический подход к теории социальной стратификации // Социальная стратификация. М., 1992. Вып. 1. С. 114-137.
  15. Тарушкин А.Б. Институциональная экономика. СПб.: Питер, 2004. 368 с.
  16. Трушков В.В. Информационное общество (философские проблемы). М., 2011. 254 с.

### **Trends and trends of innovative transformation in the information space: social and pedagogical aspects**

**Svetlana A. Gudkova**

PhD in Pedagogy,  
Associate Professor of the Department of Theory and Practice of Translation,  
Togliatti State University,  
445020, 14, Belorusskaya str., Tolyatti, Russian Federation;  
e-mail: s.gudkova@tltsu.ru

**Oksana P. Denisova**

Doctor of Pedagogy,  
Professor of the Department of Pedagogy and Psychology,  
Togliatti State University,  
445020, 14, Belorusskaya str., Tolyatti, Russian Federation;  
e-mail: kseniya101@mail.ru

**Tat'yana N. Ivanova**

Doctor of Sociology, Associate Professor,  
Head of the Department of Journalism and Sociology,  
Togliatti State University,  
445020, 14, Belorusskaya str., Tolyatti, Russian Federation;  
e-mail: ivanovat2005@tltsu.ru

**Irina V. Neprokina**

Doctor of Pedagogy,  
Professor of the Department of Pedagogy and Psychology,  
Togliatti State University,  
445020, 14, Belorusskaya str., Tolyatti, Russian Federation;  
e-mail: ivneprokina@rambler.ru

**Abstract**

The article deals with the differentiation of information in society, where its various subspecies appear: scientific and technical, statistical, social, technological. The authors identify the types of information that are used in purposeful activities to create new artificial structures, to form and develop the noosphere, the new state of the biosphere. The article notes the interaction of society with information, where there is a change in the regulators of social relations, including morality and other social norms, as well as a structural change in the whole society. In the article, the authors describe the relevance of the study of the nature of the social internalization of the population to the innovations of the information space. The authors of the article consider the information society as an example of a highly organized social system, where in modern conditions the problem of studying and analyzing the concept of «innovative information space» is relevant. The main task of innovation is the improvement, improvement or qualitative modernization of products or technologies (production, educational, managerial, etc.). The authors classify innovations according to various criteria: technological, administrative (organizational and managerial), marketing, informational, social, environmental. The article presents the results of secondary data analysis. The authors interpret the concept of “innovation” as a capacious concept, where the object of innovation can be both a product or service, and some fundamentally new technology of production or decision-making.

**For citation**

Gudkova S.A., Denisova O.P., Ivanova T.N., Neprokina I.V. (2023) Tendentsii i trendy innovatsionnogo preobrazovaniya v informatsionnom prostranstve: sotsial'no-pedagogicheskie aspekty [Trends and trends of innovative transformation in the information space: social and pedagogical aspects]. *Pedagogicheskii zhurnal* [Pedagogical Journal], 13 (8A), pp. 33-39. DOI: 10.34670/AR.2023.97.52.004

**Keywords**

Trends, innovative transformations, information space, social internalization, paradigm, secondary data analysis.

**References**

1. Bagirova K.E. (2015) Ot informatsionnogo obshchestva k obshchestvu znaniya [From the information society to the knowledge society]. *Izvestiya Saratovskogo universiteta. Novaya seriya. Seriya: Sotsiologiya. Politologiya* [News of Saratov University. New episode. Series: Sociology. Political science], 15, 1, pp. 29-35.
2. Bekhmann G. (2015) *Sovremennoe obshchestvo. Obshchestvo riska, informatsionnoe obshchestvo, obshchestvo znaniy* [Modern society. Risk society, information society, knowledge society]. Moscow: Logos Publ.
3. Bell D. (1986) Sotsial'nye ramki informatsionnogo obshchestva [Social framework of the information society]. In: *Novaya tekhnokraticheskaya volna na zapade* [New technocratic wave in the West]. Moscow: Progress Publ.
4. Butaev V.B. (2003) *Postindustrial'noe obshchestvo: osobennosti i kriterii* [Post-industrial society: features and criteria].

- 
- Moscow: Kompaniya Sputnik+ Publ.
5. Castells M. (2000) *Informatsionnaya epokha: Ekonomika, obshchestvo i kul'tura* [The Information Age: Economy, Society and Culture]. Moscow.
  6. Jerry D. (1999) *Bol'shoi tolkovyi sotsiologicheskii slovar'* [Large explanatory sociological dictionary]. Moscow: Veche, AST Publ. Vol. 2.
  7. Grineva O.A. (2017) *Transformatsiya chelovecheskogo bytiya v usloviyakh sovremennogo informatsionnogo obshchestva: sotsial'no-filosofskii analiz. Doct. Dis.* [Transformation of human existence in the conditions of the modern information society: socio-philosophical analysis. Doct. Dis.]. Krasnoyarsk.
  8. Inozemtsev V.L. (2000) *Sovremennoe postindustrial'noe obshchestvo: priroda, protivorechiya, perspektivy* [Modern post-industrial society: nature, contradictions, prospects]. Moscow: Logos Publ.
  9. *Institut sotsiologii Rossiiskoi akademii nauk* [Institute of Sociology of the Russian Academy of Sciences]. Available at: [http://www.isras.ru/index.php?page\\_id=1548&id=2658](http://www.isras.ru/index.php?page_id=1548&id=2658) [Accessed 09/09/2023]
  10. *Internet protiv televideniya: bitva prodolzhaetsya* [Internet vs TV: the battle continues]. Available at: <https://wciom.ru/index.php?id=236&uid=116341> [Accessed 09/09/2023]
  11. *Issledovanie GfK: Tendentsii razvitiya Internet-auditorii v Rossii* [GfK research: Trends in the development of the Internet audience in Russia]. Available at: <http://www.gfk.com/ru/insaity/press-release/issledovanie-gfk-tendencii-razvitija-internet-auditorii-v-rossii/> [Accessed 09/09/2023]
  12. Komlev N.G. (2006) *Slovar' inostrannykh slov* [Dictionary of foreign words]. Moscow: EKSMO Publ.
  13. Parsons T. (1992) Analiticheskii podkhod k teorii sotsial'noi stratifikatsii [Analytical approach to the theory of social stratification]. In: *Sotsial'naya stratifikatsiya* [Social stratification]. Moscow. Is. 1.
  14. Tarushkin A.B. (2004) *Institutsional'naya ekonomika* [Institutional economy]. St. Petersburg: Piter Publ.
  15. Trushkov V.V. (2011) *Informatsionnoe obshchestvo (filosofskie problemy)* [Information society (philosophical problems)]. Moscow.
  16. Volkov D. *Rossiiskii media-landshaft: televidenie, pressa, Internet* [Russian media landscape: television, press, Internet]. Available at: <https://www.levada.ru/2014/07/18/rossijskij-media-landshaft-televidenie-pressa-internet-2/> [Accessed 09/09/2023]