

Литература

1. Даньков, В.В. Моделирование процессов и систем: Учебное пособие / В.В. Даньков, М.М. Скрипниченко, С.Ф. Логинова и др. – СПб., 2015.
2. Королев, А.Л. Компьютерное моделирование / А.Л. Королев. – М., 2013.
3. Тарасевич, Ю.Ю. Математическое и компьютерное моделирование. / Ю.Ю. Тарасевич. – М., 2013.

Секция 2. Ехро 2017 Astana – всемирная выставка «Энергия будущего» и зеленая экономика

***Булыго Е. К., Логовая Е. С.* Ехро как стратегия формирования глобального коммуникационного пространства и международного имиджа страны**

Определяя специфику современного этапа цивилизационного развития, традиционно указывают на такие его черты, как «медийное», «постиндустриальное», «информационное». Далекую роль в данном списке играет и понятие «глобализация». Глобализация – неизбежное явление в истории человечества; мир в результате обмена технологиями, товарами информацией, знаниями и культурными ценностями становится все более взаимосвязанным и взаимозависимым.

В условиях глобализации международное позиционирование страны и формирование позитивного имиджа приобретает особую актуальность. Особую роль в этом процессе уже более 100 лет играют Ехро как уникальная коммуникационная площадка. В 2017 году Всемирная выставка состоится в Астане. Ее организация и проведение – событие особой значимости для любой страны-организатора, но проведение Ехро в Казахстане играет особую роль. Это будет первая подобная выставка не только в странах СНГ, но и во всем Центрально-Азиатском регионе. «Важно превратить «ЕХРО-2017» в центр перехода к третьей индустриальной революции, которая включает в себя альтернативную экономику, создание соответствующих высокотехнологических материалов, источников

возобновляемой энергии, подготовку кадров и другие вопросы» (Н.А. Назарбаев, Президент Республики Казахстан).

С одной стороны, организация и проведение Ехро значимы для Казахстана как относительно «молодого» региона, выходящего на мировой рынок и стремящегося овладеть правилами международной политической игры, стать полновесным дипломатическим, а главное – экономическим партнером на международном рынке. С другой стороны, в условиях глокализации, которая сегодня не менее очевидна, чем глобализация, выставка представляет мировому сообществу уникальный национально-этнический контекст, познакомить с товарной специализацией, характерной только для культуры и экономики Казахстана. Ехро – уникальный шанс соединить две тенденции, тенденцию международного позиционирования, грамотного политического имиджмейкерства и знакомства элиты мирового сообщества с культурной уникальностью и самобытностью страны. Таким образом, отвлекаясь от сугубо прагматических целей (выход на новые рынки, завязывание деловых контактов), в глобальном аспекте основная задача Казахстана в проведении Ехро – формирование имиджа надежного и полновесного участника делового мирового сообщества.

Значимость проблемы актуализируется тем обстоятельством, что имидж – не просто констатация имеющегося, признание «statusqvo», т.е. объективная характеристика, имидж – это искусственный образ, целенаправленно формируемый. Он создается при помощи пиара, пропаганды и рекламы с целью формирования в массовом сознании определённого отношения к объекту. Имидж может сочетать как реальные свойства объекта, так и несуществующие (приписываемые). Разработка имиджа – одна из наиболее сложных и ответственных коммуникативных стратегий. Особенно, если речь идет о имиджевой стратегии страны. Международный имидж страны имеет мощную пропагандистскую составляющую.

Построение имиджевой стратегии, как на уровне персоны, так и на уровне социального субъекта, а особенно страны предполагает вариативность сценариев и большое количество «неизвестных». В случае создания политического имиджа страны особую значимость приобретает глобальное коммуникационное пространство,

знаковым событием (specialevent) в функционировании которого и выступают Ехро.

Международные выставки – уникальное средство достижения имиджевых и маркетинговых целей, поскольку в политическом аспекте четко задают формат позиционирования страны на международной арене, а в плане маркетинга дают возможность охвата значительного сегмента мирового рынка, а также обладают мощным информационным ресурсом. Особенно сильно эффект решения политических, а также имиджевых задач достигается страной – организатором.

В последние десятилетия всемирные выставки стали переключаться с технологических вопросов на проблемы экологии и взаимодействия человека с природой: «Экспо-1998» в Лиссабоне с тематикой «Океаны – наследство будущего», «Экспо-2000» в Ганновере – «Человек, природа, технологии», «Экспо-2005» в Нагоя – «Мудрость природы», «Экспо-2008» в Сарагосе – «Вода и сбалансированное развитие», «Экспо-2010» в Шанхае «Лучший город – лучшая жизнь». Тема предстоящей выставки – «Энергия будущего». Тема «Энергия будущего» содержит богатейший потенциал для инноваций.

Выставка сможет продемонстрировать миру беспрецедентный до этого объем научных экологических разработок. Планируется, что в ней примут участие более 100 стран мира, не менее 10 международных авторитетных организаций, около 10 компаний – лидеров инновационных. Вопрос использования «зеленой» энергии сегодня актуален как никогда: запасы углеводородов истощаются, а колоссальные темпы загрязнения окружающей среды угрожают благополучию всей планеты.

Проведение выставки не только поможет Казахстану в развитии «зеленых» технологий, но в целом скажется на улучшении экономики и инфраструктуры страны, развитии туристической отрасли. «Зеленая» энергетика занимает особое место в экономике Казахстана. Согласно государственной программе стратегического развития, к 2050 году половина потребности в энергии будет удовлетворяться за счет современных энергетических технологий, не наносящих вреда окружающей среде. Для реализации проекта из бюджета выделяются, и будут выделяться огромные ресурсы.

Дж. Рифкин, один из наиболее авторитетных экономистов и социологов современности, автор концепции третьей индустриальной революции, базирующейся на пяти столпах, отметил роль Expo-2017 в качестве инновационной коммуникативной площадки, воплощающей пять столпов Третьей индустриальной революции [1]. Условием экологического выживания человечества является переход производства энергии к 2020 году на 20 процентов на возобновляемые источники энергии. Особая роль в этом экологическом движении должна принадлежать «молодым» регионам, так как у Европы слишком устойчивая энергетическая инфраструктура, традиционно сложившаяся на «старых» видах топлива. Условием получения энергии «нового» типа является модернизация инфраструктуры, в том числе жилищного строительства. Цель в том, чтобы переоборудовать каждое из миллионов зданий в маленькую электростанцию. На крыше можно производить энергию за счет солнечных лучей, на фасадах домов – за счет ветра, в подвале – за счет тепла земли, перерабатывать мусор. Этот второй столп окажет влияние на экономику.

В свою очередь, данная модернизация создаст миллионы рабочих мест, тысячи малых и средних предприятий. В связи с тем, основные возобновляемые ресурсы не имеют постоянного характера (солнце светит не все время, ветер дует не постоянно) необходимо в качестве приоритета социального и экономического развития рассматривать разработку различных типов сберегающих технологий. Большинство из которых, будет связано с водородом.

Создание «умной энергосети», аналогом которой является сеть интернет, образующие в своей общности единую инфраструктуру: миллионы зданий производят энергию, хранят ее в водороде, подобно тому, как хранятся файлы на электронных носителях.

Массовый переход на электромобили. Концепция Дж. Рифкина, с одной стороны, является философско-теоретическим концептом, задающим парадигмальность современного социально-философского анализа, с другой, задает реальные перспективы социально-экономического развития цивилизации на ближайшие десятилетия, с третьей – формирует концептуальную «повестку дня» Всемирной выставки в Астане.

Литература

1. Рифкин, Дж. Третья промышленная революция: Как горизонтальные взаимодействия меняют энергетику, экономику и мир в целом / Дж. Рифкин. – М., 2014.

Венидиктов С. В. Интеграционный ресурс медиаобразования

На каких политических решениях ни основывалось бы коммуникативное взаимодействие, какие шаги ни предпринимали бы медиаструктуры для создания общего информационного пространства Евразийского экономического союза – о полноценном функционировании интеграционного объединения мы сможем говорить только в случае адекватного отображения его образа в гражданском сознании. Поэтому одним из важных направлений оптимизации коммуникативного взаимодействия государств – участников ЕАЭС нам представляется развитие и координация их медиаобразовательных систем. В случае успешного решения данной задачи можно вести речь об унификации коммуникативных компетенций граждан, что является мощным ресурсом гражданской интеграции.

В обществе глобальной информации медиаобразование предстает средством формирования системы гражданской коммуникации и поддержания ее оптимального состояния, а медиакомпетентность становится одним из важнейших условий успешного существования индивида в активно трансформирующемся информационном обществе. Массовое повышение уровня коммуникативной культуры в ЕАЭС возможно лишь при организации специального обучения потребителей информации – медиаобразования.

Характеристики медиакомпетентной личности во многом перекликаются со структурными элементами медийной гражданственности (в случае с медийной гражданственностью речь следует вести об активности и сознательности в осуществлении информационного выбора – фильтрации информационных потоков в соответствии с субъективными предпочтениями), определяя способность индивида организовывать информационные связи в рамках интеграционных проектов. Внедрение в образование медиаграмотности способно улучшать понимание между культурами и цивилизациями, предотвращать конфликты, поощрять международное сотрудничество.