

СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ

УДК 330.1

ФОРМИРОВАНИЕ И ЗАЩИТА ИНДИВИДУАЛЬНОГО ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОГО КАПИТАЛА В ЭПОХУ ИНТЕРНЕТ

Н.В. Апатова

Крымский федеральный университет имени В.И. Вернадского,
г. Симферополь

Целью статьи является выявление механизмов формирования и информационной защиты индивидуального интеллектуального капитала в условиях воздействия Интернет. Когнитивная деятельность является одной из основных в экономике знаний, её модели репрезентации знаний позволяют выработать механизмы восприятия нового знания и целенаправленного поиска информации в Интернет. Научная новизна заключается в обосновании необходимости создания когнитивных фильтров и координации семантических процессов сознания индивидуума, понимание и интерпретация им смысла специальных текстов. При этом контролируется эмоциональное сопровождение создания формализованного и неформализованного индивидуального знания и адекватность сформированных когнитивных структур индивидуума научным представлениям.

Ключевые слова: *индивидуальный интеллектуальный капитал, интернет, когнитивная деятельность, знания, экономика знаний.*

Интеллект индивида формируется в процессе познания и представляет собой набор фактов и правил их использования, основанных на связях между фактами и целях человека. Когниция, как процесс познания и получения знания, обусловлена и ограничена: невозможно понимать и интерпретировать информацию, а также осуществлять коммуникации без понимания процессов получения знаний человеком. Когниция есть проявление умственных, способностей человека и включает осознание самого себя, оценку себя и окружающего мира, построение особой картины мира – всего того, что составляет основу для рационального и осмысленного поведения человека.

В настоящее время многие исследователи считают, что когниция является сокращенным обозначением для понятия обработки и переработки информации, но если раньше к этому добавляли, что этот процесс заключается только в достижении знания в виде репрезентаций и манипуляций с ними, то сегодня под когницией понимают более сложные процессы, включающие факторы социально-экономической эволюции и общественных отношений. Поэтому когниция, как междисциплинарная наука, в настоящее время нацелена на решение следующих проблем:

- определение поведенческих процессов, связанных с когницией и характеризующих ее аспекты, в том числе, сложные процессы принятия решений;
- организация знания: системы, какими можно его представить; декларативное и процедурное представление знания; идентификация объектов и логический вывод;
- моделирование, в том числе, многофункционального характера знаний.

Человеческие суждения и рассуждения осуществляются при помощи селективного поиска. Он прекращается, как только найдено удовлетворительное

решение. Этот поиск основан на опыте и, следовательно, обусловлен существованием структур, в том числе экономических, которые развиваются, благодаря взаимодействию с окружающей средой и другими агентами. Такие структуры могут быть опосредованы культурой и другими институциональными факторами. Экономика нуждается в использовании языка как средства коммуникации и культуры, которые выступают в роли фильтров, а социокультурный контекст является в данном случае компонентой в процессе проявления рациональностей, правил и норм.

Одним из главных положений в когнитивной экономике является осознание некоторого факта в процессе принятия решения. Под когнитивной деятельностью понимаются следующие виды активности человека: изучение, понимание, оценка, критика, суждение, знание, планирование, анализ и выбор, рассуждение, умение объяснять, запоминать и общаться (осуществлять межличностные коммуникации). Эти виды деятельности необходимы для того, чтобы более реалистично объяснять экономические процессы. Данные процессы сегодня напрямую связаны с повсеместным использованием Интернет. Получаемые из него сведения формирует интеллект молодого поколения и оказывают влияние на развитие и изменение старшего.

Модели представления информации в памяти человека берут свое начало в 60-х годах прошлого века, когда появилось программированное обучение, заключающееся в пошаговом формировании знаний и теории формирования действий, основанные на бихевиоризме – поведении человека. В дальнейшем на основе данных подходов получили свое развитие когнитивная психология, теория экономики знаний, формальные модели представления знаний для их размещения в памяти компьютера и другие. Бихевиоризм лег в основу нейроэкономики, объясняющей экономическое поведение человека в том числе, на основе рефлексов Павлова. В настоящее время данные теории стали активно использовать в обучении и других коммуникациях, в том числе межкультурных и в Интернет. Главное в указанных подходах – передача и усвоение некоторого смысла, желательно, одинакового для передатчика и приемника. Здесь и возникает ряд проблем, связанных с защитой ментальной информации:

- учет национальных особенностей менталитета при восприятии нового знания и при целенаправленном его поиске в Интернет;
- выставление когнитивных фильтров и координация семантических процессов сознания путем предоставления доступной, научной, непротиворечивой информации, в различной степени детализирующей запрос пользователя;
- мозаичная структура знания при самостоятельной работе с Интернет, сложность установления связи между отдельными модулями знаний, и в связи с этим, появление ложных представлений об объектах и явлениях реального мира;
- различная степень понимания смысла некоторого понятия, наличие ментального «мусора»;
- необходимость создания целостной картины некоторой предметной области в различных формах представления (знак, текст, изображение, мелодия).

Национальный менталитет является одним из важных институциональных факторов. Именно им объясняется тот факт, что в число мировых экономических лидеров уверенно выходят Индия и Китай. Данные страны, а также Бразилия и Мексика, даже в период мирового финансово-экономического кризиса демонстрировали устойчивый экономический рост. Индия также входит в страны-лидеры по производству программного обеспечения для компьютеров, а Китай успешно внедряет не только мировые инновации, но и собственные научные

разработки. Одна из причин такого прорыва – это склонность населения данных стран к философии, широте взглядов, что способствует открытости к нововведениям, их созданию и внедрению. В этих странах отсутствует культ потребления, присущий США.

Для российского менталитета можно выделить следующие пять основных признаков, свидетельствующих о его глубине и противоречивости: во-первых, сосредоточенность на фактах и проблемах внутреннего, личного, индивидуального мира, но, в противовес этому, космическое сознание, владение понятиями добра и зла; во-вторых, желание личной свободы, но, в то же время, тяготение к «твердой руке» в управлении; в-третьих, критичность в восприятии новых фактов наряду со склонностью к мечтательности и творчеству; в-четвертых, преобладание эмоционального, чувственного, над интеллектуальным; в пятых – идеализм, стремление к справедливости и, одновременно, надежда на «авось», счастливый случай, ожидание чуда.

Как показывает в своем исследовании О.В. Ромах, природа самосознания россиян имеет мифологическую основу, ей присуща атмосфера праздника, красоты и любви. Наиболее популярный персонаж российский сказок – Иван-дурак, но, как пишет О.В. Ромах, «дураком его называют не из-за отсутствия интеллектуальных способностей — его просто не интересуют проблемы материального комфорта, он довольствуется столь малым, что это вызывает удивление и, как всякое непонятное, приводит окружающих к мысли, что это, скорее всего, что-то ненормальное» [1, с. 323]. Поскольку подобные люди не интересуются проблемами материальных благ, а стараются разрешить вопросы глобальные, связанные с законами мироздания, они не нуждаются в защите ментальной информации. «Эти позиции дают возможность говорить, что основой национального самосознания россиян становятся идеи высокого гуманизма, сформулированные Платоном, «благо, истина, красота», на фоне чего растворяются жесткие принципы национальных традиций» [1, с. 319]. Исследуя природу самосознания россиян, Н.А. Бердяев выделял следующие их отличия от представителей западной цивилизации: европейцы обосновывают свои выводы, опираясь на труды предшественников, поэтому у них много работ, связанных с изучением научного, художественного, религиозного наследия, русские же рассматривают проблему по существу; западные исследователи стараются отразить в своих работах цивилизационный аспект, часто связанный с национальным превосходством, русские более склонны к «чистому», независимому творчеству, собственным идеям и их воплощению [2, с. 254].

В современном мире, сочетающем реальность окружающей среды и виртуальность встроенной в эту среду Интернет, также прослеживаются данные отличия, о чем свидетельствуют работы по изучению профилей пользователей Интернет в России, Китае и Швеции. В них выделены следующие категории пользователей: 1) «Человек информационный»; 2) «Человек прагматичный»; 3) «Человек развлекающийся»; 4) «Человек традиционный»; 5) «Человек не информационный» [3, с. 661; 4, с. 736]. Первая категория пребывает в Сети (более 16 часов в сутки). Вторая категория – не более 6 часов в день, стараясь использовать данные из сети для решения собственных практических задач. Третья группа использует Интернет для отдыха и досуга, пребывают в сети более 8 часов в день и воспринимают ее как пространство для релаксации, смотря фильмы, слушая музыку, играя в игры и общаясь в социальных сетях. Четвертая группа в среднем пребывает в Сети не более двух часов в неделю для поиска

информации для ведения домашнего хозяйства, лечения и т.д. Пятая категория не использует Интернет по различным причинам.

Согласно исследованиям, россияне лидируют в категории «Человек развлекающийся», что соответствует таким чертам национальному менталитету как критическое восприятие информации и склонность к праздному времяпровождению. Наибольшее количество прагматиков в Швеции объясняется ранним распространением Интернет в стране, национальной практичностью, склонностью к полезному использованию свободного и рабочего времени. Наличие среди китайцев наибольшей доли «не информационных людей» связано с недоступностью Интернета, а получившие доступ стараются использовать возможности Сети максимально.

В связи с особенностями менталитета россиян и использования ими ресурсов Интернет, можно сделать вывод, что основными механизмами защиты ментальной информации в России является регулирование виртуальных рынков образовательных и развлекательных информационных продуктов, насыщение качественными, вызывающими интерес, дополнительными учебными материалами по дисциплинам всех уровней образования, доступными преподавателям и обучающимся, имеющими адресное потребление для различных уровней изучения учебной дисциплины.

Первый механизм защиты ментальной информации – предложение качественного образовательного продукта в различных формах его представления в интерактивной среде Интернет. Национальные особенности менталитета создают прекрасную базу для гуманитарного образования, но требуют усиленного обучения предметам естественно-математического цикла, развития широкого миропонимания.

Включение в понятие концепта языковых и чувственных компонент требует учета эмоций на всех этапах обработки информации. Учет эмоций все больше распространяется от психологии к экономике, он необходим при принятии решений о покупке, управленческих и других решений и, безусловно, эмоции влияют на мыслительные процессы, направляя их по различным путям когнитивной сети. Особенно необходимо контролировать эмоции при включении когнитивных фильтров при появлении новой информации, поскольку это может повлиять на включение ее в те или иные когнитивные структуры, на возникновение ассоциаций с полученными сведениями. Речь идет о вечной проблеме добра и зла, понимании того, что такое хорошо и что такое плохо. Необходимо не просто отразить в виде возникшего чувства поступившие данные, но и попробовать просчитать последствия как для себя лично, так для ближайшего окружения или для общества в целом возможную цепочку дальнейших событий или выводов. Поэтому умение контролировать свои эмоции, или хотя бы взять паузу для осмысления информации, является важным как для принятия решений, так и для правильного включения новых данных в уже имеющиеся знания. Создание позитивного настроения, способствующего сосредоточению, также улучшит и закрепит усвоение новой информации.

Человек обладает способностью осуществлять ментальную репрезентацию социальной информации, к которой относится, в том числе, научная, маркетинговая, учебная информация. Используя глобальное информационное пространство и взаимодействуя с ним через Интернет, человек как бы подключается к мировому интеллекту. Не имея достаточно знаний и сформированной жизненной позиции, у индивидуума может сформироваться мозаичная структура знания при самостоятельной работе с Интернет, при этом он

испытывает осознаваемые или неосознаваемые сложности установления связей между отдельными модулями знаний, и как следствие, появление ложных представлений об объектах и явлениях реального мира. Если сложности осознаются, то человек ищет дополнительную информацию по интересующему вопросу, консультируется с более компетентными пользователями, если же идет поток нефильтрируемой информации, то она может попадать в самые непредсказуемые участки когнитивных структур мозга, и, при дальнейшей интерпретации, полностью исказиться, образуя вредный для человека ментальный «мусор». В лучшем случае последствия такого «загрязнения» приводят к ошибкам в миропонимании, в худшем – к асоциальному поведению.

Обучающиеся в образовательных учреждениях всех уровней, пользователи социальных сетей, зрители телепрограмм и просто посетители торговых центров, и пешеходы на улицах – все читают рекламные тексты, призванные оказать влияние на поведение индивида.

Смысл рекламных текстов бывает скрыт за простыми словами. Существует «ремесло» составления писем, рассылаемых через Интернет и нацеленных на привлечение клиентов. Например, сопоставляются рекламные и песенные дискурсы так, что в обоих случаях используются наработки культурологии, риторики, психологии и особенности национального менталитета [5, с. 82].

Третья функция состоит в использовании шаблонов сообщений, характерных для той или иной социальной группы и ее институциональной принадлежности [6]. Таким образом, главная цель рекламного контента – установление коммуникации с потребителем, и с помощью эмоционального воздействия убедить в необходимости покупки товара или услуги. Таким образом, понимание рекламного текста связано не столько с работой когнитивных структур, сколько в эмоциональных ассоциациях, которые могут быть заложены вместе с основами культуры и языка потребителя.

Третий механизм ментальной защиты – формирование адекватных научным представлениям когнитивных структур граждан путем создания информационной базы в виде энциклопедических и образовательных сайтов со стандартными определениями базовых научных понятий и их перевода на язык научного общения; лучших учебников по принятым государственным стандартам направлений подготовки; разработки и размещения в Интернет вспомогательных учебных материалов – систем мультимедиа, раскрывающих и иллюстрирующих основные положения и концепты учебников. Такая мощная виртуальная образовательная система позволит усилить национальный интеллект, привлечет к учебе взрослое население и тем самым создаст условия для новых научных идей и инноваций.

Выявленные механизмы формирования и защиты индивидуального интеллектуального капитала являются основными, они позволяют определить направления институционального анализа формирования национального и интернационального менталитета, индивидуального интеллекта как основы человеческого капитала; изменений в образовании, содержании фундаментальных дисциплин; отслеживания влияния поступающей из Интернет информации на принятие решений индивидуумом. Кибератаки предпринимаются не только на стратегические военные, правительственные и финансовые учреждения, но и на умы граждан, примеров негативных последствий таких воздействий в последнее время слишком много.

Список литературы

1. Ромах О.В. Мифологическое обоснование природы национального самосознания россиян // Современные проблемы науки и образования. 2011. № 6. С. 319–326.
2. Бердяев Н.А. Самопознание (опыт философской автобиографии). М.: Международные отношения, 1990. 336 с.
3. Бродовская Е.В., Домбровская А.Ю. Профили пользователей Интернета и национальный менталитет в России и Швеции: результаты сравнительного кластерного анализа // Фундаментальные исследования. 2014. № 11–3. С. 661–664.
4. Бродовская Е.В., Домбровская А.Ю. Стратегии пользования глобальной электронной сетью и национальный менталитет россиян и китайцев: результаты сравнительного кластерного анализа // Современные проблемы науки и образования. 2014. № 5. С. 736.
5. Седова Н.А. Аксиологические коннотации категории «часть-целое» в рекламном и песенном дискурсах // Вестник Челябинского государственного университета. 2014. № 6 (335). С. 82–85.
6. Карасик В.И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. Волгоград: «Перемена». 2002. 477 с.

FORMATION AND PROTECTION OF INDIVIDUAL INTELLECTUAL CAPITAL IN THE INTERNET ERA

N.V. Apatova

Institute of Economics and Management,
V.I. Vernadsky Crimean Federal University

The purpose of the article is to identify mechanisms for the formation and information protection of individual intellectual capital in the context of the impact of the Internet. Cognitive activity is one of the core in knowledge economics, cognitive models of knowledge representation make it possible to develop mental mechanisms in perceiving new knowledge and purposeful information search in the Internet, thus justifying the need to create cognitive filters and coordinating the semantic processes of an individual's consciousness, understanding and interpreting the meaning of special texts. At the same time, it is necessary to control the emotional support of the process of creating formalized and non-formalized individual knowledge and the adequacy of the formed cognitive structures of the individual to scientific ideas.

Keywords *individual intellectual capital, Internet, cognitive activity, knowledge economy, knowledge.*

Об авторе:

АПАТОВА Наталья Владимировна – доктор экономических наук, доктор педагогических наук, профессор, заведующая кафедрой бизнес-информатики и математического моделирования, Институт экономики и управления, Крымский федеральный университет имени В.И. Вернадского, e-mail: apatova@list.ru

About the author:

АПАТОВА Natal'ya Vladimirovna – Doctor in Economics, Doctor in Pedagogical Science, Professor, Head of Business Information and Simulation Department, V.I. Vernadsky Crimean Federal University, e-mail: [введите e-mail: apatova@list.ru](mailto:apatova@list.ru)

References

1. Romah O.V. Mifologicheskoe obosnovanie prirody nacional'nogo samosoznaniya rossiyan // *Sovremennye problemy nauki i obrazovaniya*. 2011. № 6. S. 319–326.
2. Berdyaev N.A. *Samopoznanie (opyt filosofskoj avtobiografii)*. M.: Mezhdunarodnye otnosheniya, 1990. 336 s.
3. Brodovskaya E.V., Dombrovskaya A.YU. Profili pol'zovatelej Interneta i nacional'nyj mentalitet v Rossii i SHvecii: rezul'taty sravnitel'nogo klasternogo analiza // *Fundamental'nye issledovaniya*. 2014. № 11–3. S. 661–664.
4. Brodovskaya E.V., Dombrovskaya A.YU. Strategii pol'zovaniya global'noj ehlektronnoj set'yu i nacional'nyj mentalitet rossiyan i kitajcev: rezul'taty sravnitel'nogo klasternogo analiza // *Sovremennye problemy nauki i obrazovaniya*. 2014. № 5. S. 736.
5. Sedova N.A. Aksiologicheskie konnotacii kategorii «chast'-celoe» v reklamnom i pesennom diskursah // *Vestnik CHelyabinskogo gosudarstvennogo universiteta*. 2014. № 6 (335). S. 82–85.
6. Karasik V.I. *Yazykovej krug: lichnost', koncepty, diskurs*. Volgograd: «Peremena». 2002. 477 s.