

Е.С. Викторovich, аспирант

*Научный руководитель – Ю.П. Бондарь, кандидат политических наук, доцент
РИВШ (Минск)*

*С.Н. Северин, кандидат педагогических наук, доцент
БрГУ им. А.С. Пушкина (Брест)*

ТРАНСДИСЦИПЛИНАРНАЯ СТРАТЕГИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ ПОЛИТИЧЕСКОГО РЫНКА

Одним из трендов современной науки является *конвергенция естественных, технических и социально-гуманитарных наук, интеграция их нормативно-методологических систем и парадигм исследований*, конвергенция науки и культуры, науки и технологий, формирование «технонауки» – **трансдисциплинарный «сдвиг»**. В.А. Бажанов акцентирует внимание научного сообщества на «трансдисциплинарной научной революции» [1]. В научной среде наряду с термином «*междисциплинарный подход*», «*междисциплинарные исследования*», «*комплексные проблемно-ориентированные исследования*», «*гибридные исследования*», используются термины «*трансдисциплинарные исследования*», «*трансдисциплинарные стратегии исследований*», «*трансдисциплинарный подход*» (Э. Морен, Е.Н. Князева, Л.П. Киященко, С.Н. Северин, В.С. Степин, Р.В. Шольц и др.) [5 –10; 13; 17; 19].

В философии и методологии науки понятия «трансдисциплинарность», «трансдисциплинарная наука», «трансдисциплинарные исследования» однозначно не определены. Формируется **концепт «трансдисциплинарная наука»**. В частности, Э. Морен указывает: «...что касается трансдисциплинарности, то здесь часто идет речь о когнитивных схемах, которые могут переходить из одних дисциплин в другие, иногда настолько резко, что дисциплины погружаются в состояние транса» [10, с. 22]. По мнению Е.Н. Князевой, трансдисциплинарность – это «исследовательская стратегия, которая пересекает дисциплинарные границы и развивает холистическое видение... Каждая дисциплина изучает только какой-то фрагмент реальности, только один из ее уровней. Трансдисциплинарная стратегия стремится понять динамику процесса на нескольких уровнях реальности одновременно, поэтому она перешагивает границы конкретных дисциплин и создает универсальную картину процесса, ее холистическое видение...» [9, с. 193]. Р.В. Шольц, Л.П. Киященко, В.А. Бажанов выделяют два приоритетных подхода к определению «трансдисциплинарности»: «Трансдисциплинарность Мод 1, означает, что понятия или методы из различных дисциплин смешиваются или “переплавляются”, а трансдисциплинарность Мод 2 обеспечивает некоторого рода метаяровень или метаструктуру, позволяющую сочетать

различные когнитивные стратегии и способы рассуждения, объединяющие теорию и практику, преодолевающую ограниченность дисциплинарно организованной науки» [17, с. 12–13]. Л.П. Киященко отмечает: «...трансдисциплинарными мы называем такие познавательные ситуации, в которых... научный разум (как в науке, так и в философии) вынужден в поисках целостности и собственной обоснованности (прояснения условий возможного опыта) осуществить трансцендирующий сдвиг в пограничную сферу с жизненным миром. В предпосылках этого сдвига лежат мощные импульсы, идущие из чисто практической сферы. Это нужда в развитии проблемно ориентированных исследований, направленных на поиск решения злободневных практических задач – таких, как экологическая, энергетическая, информационная, демографическая, проблема здоровья и т. п. Как результат мы наблюдаем предпосылки формирования нового типа исследовательской деятельности и организации (производства) научного знания. В современной социологии и философии науки он получил название «постнеклассическая наука» (В.С. Степин), «наука тип 2» (М. Gibbons, Н. Nowotny) или постакадемическая наука (J. Ziman)» [6, с. 17–18].

С.Н. Северин акцентирует внимание на следующих сущностных признаках трансдисциплинарных исследований [13]:

– Методологическая установка трансдисциплинарных исследований – **познание реальности как целостности** (Б. Николеску), познание мира во всем его многообразии, сложности (Э. Морен) [10];

– Объектами трансдисциплинарных исследований являются **сложные саморазвивающиеся системы** (В.С. Степин), в том числе «человекообразные системы» (В. С. Степин) [14–16];

– Метапарадигмальное значение в контексте трансдисциплинарной науки приобретает **синергетический подход** (В.Г. Буданов, Е.Н. Князева). Синергетика «...открывает сквозную сложность мира, сложность, в том виде, как она проявляет себя на различных уровнях реальности... Синергетика является в высшей степени трансдисциплинарным исследованием» [9, с. 194];

– Трансдисциплинарные исследования ориентированы на решение актуальных глобальных проблем человеческой цивилизации, преломляющихся на локальном, региональном, национальном, транснациональном уровнях, на основе **дополнительности междисциплинарного научного и социокультурного подходов, комплементарности полидисциплинарного, междисциплинарного, метанаучного и вненаучного социокультурного знания;**

– Трансдисциплинарные исследования сопряжены не столько с прогнозированием будущего, сколько с наукоемким проектированием будущего в условиях неопределенности;

– Трансдисциплинарный «сдвиг» в науке характеризуется, прежде всего, *конвергенцией и «кооперацией наук»* (Э. Морен), формированием метатеории, метанауки (Б. Николеску, Э. Тоффлер), *«кроссфертилизацией естественных, технических и социально-гуманитарных наук»* (Е.Н. Князева), *«интеграцией научных парадигм и методологий»* (Л.П. Киященко), *«методологическими трансплантациями»* (В.С. Степин);

– *Конвергенция науки и культуры, науки и технологий* с целью решения актуальных геополитических, экономических, социальных, гуманитарных, экологических, климатических и др. проблем / задач посредством реализации «совместных проектов» (Э. Морен), комплексных проблемно-ориентированных исследований (В.С. Степин);

– Для трансдисциплинарной науки, с одной стороны, характерны *прагматизм, маркетизация, коммерциализация результатов исследований, с другой – конструктивизм* (Л.П. Киященко), акцент на исследование будущего, создание моделей «потребного будущего» (Н.А. Бернштейн), с третьей – *гуманитаризация и экологизация научных исследований, инвариантность гуманитарной и экологической экспертиз новаций, научных концепций и технологий* (В.Г. Горохов, Э. Морен, Е.Н. Князева, С.Н. Северин, Б.Г. Юдин и др.) [3; 10; 13–16; 19].

В современной политологии, с одной стороны, актуальны, *фундаментальные политмаркетинговые исследования*, основанные на принципах *междисциплинарности* (экстраполяция и адаптация понятий, концепций, методологических подходов и методов исследования и др. из других наук), *методологической триангуляции* (обеспечение функциональной дополнителности методологического инструментария), *полипарадигмальности* (сосуществование в контексте политологии альтернативных парадигм исследований). В частности, И. Л. Недяк выделяет дихотомии четырех основных парадигм политического маркетинга: «1. Маркетинг трансакций vs Маркетинг взаимоотношений; 2. Тактический маркетинг vs стратегический маркетинг; 3. Воздействующий маркетинг vs Адаптирующий маркетинг; 4. Коммуникационный маркетинг vs Комплексный маркетинг...» [11, с. 51]. В качестве актуальных методологических источников современных политмаркетинговых исследований выступают также *концепции холистического и социального маркетинга* [12; 18], а также *синергетический подход* [4]. С другой – *прикладные исследования*, связанные с обоснованием и разработкой технологий политического маркетинг менеджмента – технологий «умного» и «мягкого» управления политическими процессами, политическим / электоральным рынком (скрининг, аналитика, прогнозирование, стратегирование, целеполагание, сегментирование, таргетирование, экспертиза, инвестирование).

В чем специфика трансдисциплинарной стратегии нашего исследования?

Объектное поле исследования – государственное управление политическим рынком Республики Беларусь. *Проблема исследования*: что есть политический рынок как сложная саморазвивающаяся система, каковы факторы и степень его трансформаций, архитектоника и тенденции развития и как должно осуществлять государственное управление политическим рынком с учетом сложного геополитического контекста, радикальных трансформаций миропорядка, открытого политического интернет-пространства, «гибридных» и информационных войн, рисков, вызовов, угроз национальной безопасности, какие технологии государственного управления политическим / электоральным рынком являются наиболее эффективным средством профилактики / нейтрализации рисков, вызовов, угроз политической безопасности и электоральному суверенитету Республики Беларусь, какие типы аналитики, скрининга и сегментирования политического / электорального рынка сверхактуальны, эффективны в контексте будущей политической / электоральной / избирательной кампании?

Объект исследования – сегментирование политического рынка Республики Беларусь. *Предмет исследования* – сегментирование региональных электоральных субрынков как условие обеспечения политической безопасности Республики Беларусь, тип политического сегментирования, инструмент управления электоральными рисками. *Гипотеза исследования*:

– Эндогенным фактором обеспечения политической безопасности и электорального суверенитета Республики Беларусь является эффективное *государственное прогностико-превентивное управление* политическим рынком, политическими рисками / вызовами / угрозами.

– Условием эффективного государственного управления политическим рынком, политическими рисками / вызовами / угрозами является **комплементарность скрининга, аналитики** (ретроспективной, дескриптивной, предикативной, прескриптивной), **сегментирования политического рынка**.

– Условием обеспечения политической безопасности, электорального суверенитета является **тотальное сегментирование политического рынка** (а не только сегментирование электорального субрынка), включая региональное измерение, т. е. *сегментирование субрынков «политические партии», «общественные объединения, движения», «электорат», «политическое интернет-пространство», «медиа» и др.*, а также определение *наиболее радикальных внешних политических акторов, внешних политических акторов вне суверенитета, оказывающих деструктивное / дестабилизирующее влияние на политический / электоральный рынок Республики Беларусь* и выступающих

в качестве *источников рисков / вызовов / угроз политической безопасности и электоральному суверенитету Республики Беларусь.*

– Условием профилактики / нейтрализации электоральных рисков является *интеграции и инструментализация следующих типов микросегментирования электорального рынка: «цифрового»* (сегментирование политического интернет-пространства, электронных медиа, интернет-сообществ, сетевых сообществ), *пропедевтического* (определение потенциальных электоральных групп и формирование у них национального самосознания, конструктивной и ответственной гражданской позиции, аналитического и критического мышления и др.), *превентивного* (определение групп электорального риска, характеризующихся высоким протестным потенциалом) и *формирующего* (переформатирование существующих / формирование новых электоральных микросегментов / ниш основанных на ценностных приоритетах Республики Беларусь).

Цель исследования – обосновать с трандисциплинарных позиций политический рынок Республики Беларусь как сложную саморазвивающуюся систему и определить в контексте концепции государственного управления электоральными рисками приоритетные типы и эффективные инструменты сегментирования региональных электоральных субрынков. Трандисциплинарная стратегия нашего исследования заключается в следующем:

– *Политический рынок* исследуется с позиции *синергетического подхода* и определяется как *закрото-открытая сложная саморазвивающаяся система, системообразующую функцию в которой выполняет государство как политический субъект, формирующий аксиологическое и конституционно-правовое поле, определяющий тип управления и архитектуру рынка, модель взаимодействия политических акторов, стратегию развития как национального политического рынка и его сегментов («политические партии, союзы», «электорат», «медиа» и др.), так и региональных политических субрынков. Как сложная саморазвивающаяся система политический рынок характеризуется открытостью, гетерогенностью, непрерывными флуктуациями, способностью к изменению типа саморегуляции и структурным трансформациям, нелинейностью развития. Актуальный политический рынок Республики Беларусь находится в «точке бифуркации», в ситуации системной трансформации.*

– Исследование осуществляется на основе *принципа триангуляции методологических средств: парадигм, подходов, методов научного познания.* Например, *комплементарности элементов политмаркетинговых концепций / парадигм* («маркетинга трансакций», «маркетинга взаимоотношений», «воздействующего маркетинга», «социетального маркетинга» и др.),

общенаучных (маркетинговый, системный, синергетический, культурологический, междисциплинарный и др.), *социогуманитарных научных* (герменевтический, субъектный и др.) и *конкретно-научных* (политмаркетинговый) подходов, *общенаучных* (моделирование, прогнозирование, факторный анализ и др.), *социогуманитарных научных* (метод исторических реконструкций, метод экспертных оценок, метод социально-гуманитарного проектирования и др.) и *конкретно-научных* (метод кросснационального анализа развития политических рынков, методы политической аналитики и др.) методов. Авторская **концепция прогностико-превентивного управления электоральными рисками посредством функциональной комплементарности скрининга, аналитики и сегментирования региональных электоральных субрынков** разработана на основе *интеграции* концепции государственно-политического менеджмента, политмаркетинговой концепции стратегического и воздействующего маркетинга, маркетинга взаимоотношений и социетального маркетинга.

В качестве междисциплинарных методологических и метанаучных источников методологической рефлексии и методологического обеспечения исследования выступали общенаучные, социогуманитарные и политологические подходы, находящиеся в отношениях функциональной комплементарности (см. таблицу). **В качестве концептуальнообразующего выступал синергетический подход.**

Таблица – Приоритетные методологические подходы исследования

| Приоритетные методологические подходы | Функции в исследовании |
|--|--|
| <i>Маркетинговый</i> | Экстраполяция в политологический и политический дискурс экономических понятий «рынок», «товар», «капитал», «стратегии сегментирования рынка», «стратегии охвата рынка» |
| <i>Политмаркетинговый</i> | Концепт «политический маркетинг»; понятия «политический рынок», «политмаркетинговые технологии»; альтернативные политмаркетинговые концепции: «маркетинг транзакций», «маркетинг взаимоотношений», «адаптационный маркетинг», «воздействующий маркетинг», «социетальный маркетинг» |
| <i>Системно-синергетический</i> | В контексте исследования является концептуальнообразующим . Определение политического рынка Республики Беларусь как <i>закрыто-открытой сложной саморазвивающейся системы</i> |
| <i>Междисциплинарный</i> | Определение с междисциплинарных позиций <i>содержательного поля концептов «политический маркетинг», «политический рынок»</i> ; определение с междисциплинарных позиций семантических «оттенков» |

| | |
|---|---|
| | терминов «скрининг», «аналитика»; экстраполяция экономической стратегии «голубого океана» и др. |
| <i>Контекстный</i> | Аналитика, факторный анализ геополитического и внутривнутриполитического контекста Республики Беларусь (риски, вызовы, угрозы национальной / политической безопасности и электоральному суверенитету, факторы трансформаций конституционно-правового поля функционирования и развития политического рынка, тенденции развития политического рынка) |
| <i>Аналитический</i> | Ретроспективная, дескриптивная, сравнительная, предикативная (прогностическая, проспективная), прескриптивная политическая аналитика функционирования и развития политического рынка, региональных политических / электоральных субрынков, политических / электоральных / избирательных кампаний; обоснование концепции превентивного управления электоральными рисками на основе комплементарности скрининга, аналитики и сегментирования региональных электоральных субрынков |
| <i>Холистический (целостный, комплексный)</i> | Интегративная модель пропедевтического, превентивного и формирующего сегментирования разработана на полипарадигмальной основе – комплементарности концепций / парадигм политического маркетинга: «маркетинга взаимоотношений», «стратегического маркетинга», «воздействующего маркетинга», «социетального маркетинга» |
| <i>Социетальный</i> | С позиции социетального маркетинга обосновывается интегративная модель пропедевтического, превентивного и формирующего микросегментирования региональных электоральных субрынков |
| <i>Прогностический</i> | Предикативная аналитика; прогнозирование рисков, вызовов, угроз политической безопасности и электоральному суверенитету Республики Беларусь; прогнозирование сценариев развития политического рынка Республики Беларусь; прогнозирование электоральных рисков в контексте будущей избирательной кампании |
| <i>Субъектный, субъектно-деятельностный</i> | Понятие «политический субъект» (политический актор, способный генерировать политический продукт на концептуальном уровне, оказывающий существенное влияние на функционирование и развитие политической системы, политического рынка / субрынков). Государство как политический субъект , управляющий / воздействующий на политическую систему, политические процессы, политический рынок Республики Беларусь, формирующий его конституционно-правовое поле, определяющий конфигурацию и стратегию развития |

| | |
|-----------------------------------|--|
| <i>Культурологический</i> | Ценностные приоритеты и тренды постнеклассической культуры («человекомерность», культурное многообразие и плюрализм, акцент на непрерывное развитие и инновации, диалог культур и цивилизаций как условие устойчивого безопасного развития человечества и др.) |
| <i>Науковедческий</i> | Определение приоритетных стратегий и подходов постнеклассических научных исследований (трансдисциплинарная стратегия, междисциплинарный и синергетический подходы) |
| <i>Герменевтический</i> | Интерпретация с позиции герменевтического подхода культурных феноменов, связанных с социальной коммуникацией: «средства массовой информации», «средства массовой коммуникации», «медиа», «масс-медиа» |
| <i>Коннективистский (сетевой)</i> | Политическое интернет-пространство интерпретируется как информационно-коммуникационно-сетевое политическое пространство, а интернет-сообщество – как «сеть» сетевых сообществ. Социальные сетевые сообщества рассматриваются как группы электорального риска, как объект электорального превентивного / формирующего сегментирования |

Для достижения цели и задач исследования применялся комплекс теоретических и эмпирических общенаучных, социогуманитарных, политологических методов исследования, обеспечивалась **триангуляция методов исследования: моделирование** (конструирование дескриптивной модели актуального политического рынка Республики Беларусь); **прогнозирование** (прогнозирование «сценарное»: определение тенденций и потенциальных сценариев развития национального политического рынка Республики Беларусь, региональных политических рынков в контексте существенных геополитических трансформаций, трансформаций конституционно-правового поля Республики Беларусь; прогнозирование нормативное: нормативно-прогностическая модель актуального политического рынка Республики Беларусь (Каким должен быть политический рынок Республики Беларусь в условиях геополитической турбулентности?); прогнозирование электоральных рисков; прескриптивная модель государственного управления политическими /электоральными рисками, вызовами, угрозами (Как должно управлять, с помощью каких технологий (скрининг, аналитика, сегментирование) с целью профилактики / нейтрализации рисков?); **методы политической аналитики** (ретроспективная, дескриптивная, предикативная, прескриптивная политическая аналитика политического рынка Республики Беларусь: закономерности, тенденции, тренды, факторы, прогностические и нормативные модели политического рынка и др.;

дескриптивная аналитика актуального геополитического и внутривнутриполитического контекстов (функция – определение факторов (их источников) актуальных рисков, вызовов, угроз политической безопасности и электорального суверенитета Республики Беларусь; выявление тенденций развития политического рынка Республики Беларусь); *контент-анализ* (контент-анализ философских, специально-научных и методологических источников; контент-анализ нормативных правовых актов Республики Беларусь); *этимологический семантический анализ* (термин «скрининг»); *метод исторических реконструкций* (ретроспекция избирательной кампании 2020 г., «цепи» политических событий и посредством ретроспективной аналитики определение внешних политических акторов как источников дестабилизирующего влияния, экзогенных и эндогенных факторов вызовов и угроз национальной / политической безопасности Республики Беларусь); *социологические методы* (метод случайных фокус-групп и глубинного интервью представителей потенциальных электоральных групп, групп электорального риска); *метод межпарадигмальной рефлексии* (определение альтернативных методологических стратегий к исследованию политического рынка; интерпретация феномена «политический рынок» в контексте альтернативных парадигм / концепций политического маркетинга); *метод кросснационального анализа развития политических рынков* (сравнительный анализ ретроспективного и актуального состояния, тенденций развития политического рынка Республики Беларусь и Российской Федерации); *методологическая рефлексия* (рефлексия методологической стратегии и методологического аппарата исследования; рефлексия качества исследования сквозь призму критериев новизны, теоретической и практической ценности результатов).

– Исследование осуществляется на основе *принципа теоретической триангуляции*: интерпретация феномена «политический рынок» в контексте разных теоретических / концептуальных измерений и формирование содержания концепта «политический рынок» (политический рынок как поле конкурентной борьбы за властные ресурсы, политический капитал; политический рынок как сложная саморазвивающаяся система; политический рынок как интерактивное политическое пространство информационно-коммуникационно-сетевое взаимодействия, политическое Интернет-пространство и др.).

– Исследование осуществляется на основе принципа функциональной *комплементарности междисциплинарного научного и социокультурного подходов, дополнительности / интеграции полидисциплинарного, междисциплинарного, метанаучного и вненаучного социокультурного знания*. В качестве вненаучных социокультурных источников как объектов аналитики выступали *политико-правовые акты Республики Беларусь* (Конституция

Республики Беларусь, Закон Республики Беларусь от 14 февраля 2023 г. № 250-З «Об основах гражданского общества» и др.), *проект Концепции национальной безопасности Республики Беларусь, Уставы и Программы белорусских политических партий* (например, «Белая Русь» и др.), *общественных объединений* (например, «Белорусского союза женщин» и др.) и др.

Список источников

1. Бажанов, В. А. О феномене трансдисциплинарной научной революции / В. А. Бажанов // Трансдисциплинарность в философии и науке: подходы, проблемы, перспективы / под ред. В. А. Бажанова, Р. В. Шольца. – М., 2015 – С. 136–144.
2. Буданов, В. Г. Трансдисциплинарные дискурсы постнеклассики: познание, коммуникация, самоорганизация в антропосфере / В. Г. Буданов // Трансдисциплинарность в философии и науке: подходы, проблемы, перспективы / под ред. В. А. Бажанова, Р. В. Шольца. – М., 2015. – С. 145–159.
3. Горохов, В. Г. Размышления о концепции «постнеклассической науки» / В. Г. Горохов // Эпистемология и философия науки. – 2013. – Т. XXXVI, № 2. – С. 71–77.
4. Кисляков М. М. Региональный политический маркетинг как объект научных исследований / М. М. Кисляков // Вестн. Кемер. гос. ун-та. – 2015. – № 2 (62), Т. 2. Политические науки и социология. – С. 60–63.
5. Киященко, Л. П. Опыт философии трансдисциплинарности (казус «биоэтика») / Л. П. Киященко // Вопросы философии. – 2005. – № 8. – С. 103–117.
6. Киященко, Л. П. Философия трансдисциплинарности / Л. П. Киященко, В. И. Моисеев ; Рос. акад. наук, Ин-т философии. – М. : ИФРАН, 2009. – 205 с.
7. Киященко, Л. П. Философия трансдисциплинарности: подходы к определению / Л. П. Киященко // Трансдисциплинарность в философии и науке : подходы, проблемы, перспективы / под ред. В. А. Бажанова, Р. В. Шольца. – М., 2015 – С. 108–135.
8. Князева, Е. Н. Законы эволюции и самоорганизации сложных систем / Е. Н. Князева, С. П. Курдюмов. – М. : Наука, 1994. – 236 с.
9. Князева, Е. Н. Трансдисциплинарные стратегии исследований / Е. Н. Князева // Вест. Тул. гос. пед. ун-та. – 2011. – № 10 (112). – С. 193–201.
10. Морен, Э. Метод. Природа Природы / Э. Морен ; пер с фр. Е. Н. Князевой. – М. : Проресс-Традиция, 2005. – 464 с.
11. Недяк, И. Л. Маркетинговый подход к исследованию политических процессов : авт. дис. ... д-ра полит. наук. : 23 00 02 / И. Л. Недяк ; Ин-т социологии РАН. – М., 2011. – 46 с.

12. Спасский, А. Е. Предмет политического маркетинга: опыт теоретического анализа : дис. ... к-та полит. наук. : 23 00 01 / А. Е. Спасский ; Ин-т философии и права УрО РАН. – Екатеринбург, 2005. – 175.

13. Северин, С. Н. Методологический и эвристический потенциал трансдисциплинарной стратегии гуманитарных исследований / С. Н. Северин, Э. Н. Северин // Весн. Брэсц. ун-та. Сер. 1. Філасофія. Паліталогія. Сацыялогія. – 2021. – № 1. – С. 47–56.

14. Степин, В. С. Генезис социально-гуманитарных наук (философский и методологический аспекты) / В. С. Степин // Вопросы философии. – 2004. – № 3. – С. 37–43.

15. Степин, В. С. Классика, неклассика, постнеклассика: критерии различия / В. С. Степин // Постнеклассика: философия, наука, культура : коллективная монография / В. И. Аршинова [и др.] ; отв. ред.: Л. П. Киященко, В. С. Степин ; РАН, Ин-т философии, Нац. акад. наук Украины, Центр гуманитарного образования. – СПб., 2009. – С. 249–295.

16. Степин, В. С. Теоретическое знание / В. С. Степин. – М. : Прогресс-Традиция, 2000. – 744 с.

17. Шольц, Р. В. Дорожная карта трансдисциплинарности / Р. В. Шольц, Л. П. Киященко, В. А. Бажанов // Трансдисциплинарность в философии и науке : подходы, проблемы, перспективы / под ред. В. А. Бажанова, Р. В. Шольца. – М., 2015 – С. 11–30.

18. Щеглова, Д. В. Методика исследования политического рынка в ракурсе модернизированных процессов / Д. В. Щеглова // Вест. Витебск. гос. ун-та. Сер. История. Политология. Социология. – 2012. – № 1. – С. 195–198.

19. Трансдисциплинарность в философии и науке / Б. Г. Юдин [и др.] // Человек. – № 5. – 2016. – С. 5–19.

Д.В. Волин, студент

Научный руководитель – Д.В. Белявцева, кандидат политических наук,

доцент

БГУ (Минск)

ПОЛИТИКО-ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ОТНОШЕНИЙ В СФЕРЕ ПРИМЕНЕНИЯ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ: ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

Под искусственным интеллектом (далее – ИИ) следует понимать систему определенных средств, моделирующих и воспроизводящих с помощью компьютерных технологий отдельные функции творческой деятельности человека.