

ХРОНИКА НАУЧНОЙ ЖИЗНИ

- *IV Международная научно-практическая конференция «Коммуникация в социально-гуманитарном знании, экономике, образовании»*
- *XXIV Международная олимпиада по философии для школьников*

IV Международная научно-практическая конференция «Коммуникация в социально-гуманитарном знании, экономике, образовании»

7–9 апреля в Белорусском государственном университете прошла IV Международная научно-практическая конференция «Коммуникация в социально-гуманитарном знании, экономике, образовании», подготовленная кафедрой социальной коммуникации факультета философии и социальных наук. В конференции приняли участие более 150 участников из Беларуси, России, Украины, Литвы, Эстонии, Германии и Турции.

Пленарное заседание открыл проректор БГУ, профессор Данильченко А. В., который подчеркнул важную роль социальной коммуникации в современном обществе, а также обратил внимание участников конференции на усилия, предпринимаемые университетом и факультетом философии и социальных наук по встраиванию коммуникационных специальностей в европейские и республиканские классификаторы Болонской системы. С приветственным словом к участникам конференции обратились представители делегаций из России, Украины и Литвы. Профессор кафедры социальной коммуникации Терещенко О. В. сделала экскурс в историю конференций по коммуникации в Белорусском государственном университете. На пленарном заседании прозвучали три доклада: «Социальные сети и политика: между революцией и демократией» (декан ФФСН Гигин В. Ф.); «Коммуникационные аспекты ведения приемной кампании в электронной образовательной среде регионального вуза» (директор Центра дистанционного образования Тюменского государственного нефтегазового университета Моор С. М.); «Информационные технологии: новые возможности и продуцируемые риски» (зав. кафедрой социальной коммуникации БГУ Елсукова Н. А.).

Во второй половине дня научная дискуссия продолжилась на заседаниях секций. Секции отличались междисциплинарным характером обсуждаемых тем и включали в себя проблемы коммуникации и использования информационных ресурсов в политическом, экономическом, правовом и образовательном пространстве.

Острую дискуссию на секции «Информационно-коммуникативные технологии в системе государственного управления» (модератор профессор Яскевич Я. С., 10 докладов) вызвали вопро-

сы, касающиеся выявления специфики информационно-коммуникативных подходов и практик во взаимоотношениях государственных структур управления и граждан, органов власти и гражданского общества, доступности информационных ресурсов. Обсуждались вопросы о необходимости утверждения в общественном сознании положительного имиджа правоохранительных государственных организаций, поиск модели коммуникационного взаимодействия с ними, проблемы медиапорядка в современном обществе, статуса электронного правительства, социальных сетей и политического дискурса (Божков О. Б. — Санкт-Петербург; Мерзляков А. А. — Москва; Галиев Г. Т., Гимаев И. З., Егорышев С. В. — Уфа; Мицейкиене А., Навасайтене С. — Каунас; Кириллова А. В., Красковская Д. С., Лебедева Е. В., Яскевич Я. С., Кизима М. А., Терещенко М. С. — Минск, и др.).

Тематика докладов, представленных на секции «Межкультурная и речевая коммуникация: виртуализация социального дискурса» (модератор Сарна А. Я., 5 докладов), охватывала самые разные аспекты вербальной коммуникации в социальном и межкультурном взаимодействии. В заседании секции приняли участие 13 человек из Минска, Несвижа и Новополоцка. Особое внимание в работе секции уделялось лингвистическим аспектам рекламной и интернет-коммуникации, а также барьерам, возникающим в процессе межкультурного взаимодействия в сети.

В докладе Т. В. Поплавской и Е. В. Шилей (Минск) отмечалось, что для городского пространства Минска в наружной рекламе характерен способ номинации, который можно определить как контаминация кода. Он проявляется преимущественно как сочетание элементов русского и белорусского языков и внедрение иноязычной лексики в том или ином варианте. В докладе Т. В. Еромейчик (Минск) отмечалось явное преобладание в рекламных коммуникациях русского языка, в то время как немногочисленные случаи применения белорусского свидетельствуют о его использовании в рекламных сообщениях для подчеркивания эксклюзивности, изысканности, элитарности рекламируемого объекта.

Доклад А. Я. Сарны «Кризис приватности и репутационные риски в электронных социальных сетях» содержал итоги дискурс-анализа двух минских интернет-сообществ, в которых в ситуации четкого гендерного распределения ролей воспроизводятся традиционные формы общения на уровне слухов и сплетен по поводу контактов с представителями противоположного пола. Ситуация общения при этом выстраивается таким образом, что фактически воспроизводит советские ритуалы «товарищеского суда», стирая грань между приватным и публичным, социальной востребованностью и юридической ответственностью субъектов речи.

Все доклады вызвали живой интерес и активную дискуссию. По итогам работы секции были сформулированы рекомендации: 1. Отметить в качестве перспективного направления исследований выявление и анализ лингвистических аспектов рекламы, интернет-коммуникаций и межкультурного взаимодействия; 2. Развивать научное сотрудничество в сфере исследований вербальной и межкультурной коммуникации между представителями различных учебных заведений и научных институтов Республики Беларусь.

Доклады на секции, посвященной изучению интернет-коммуникации (модератор Ефимова Н. В., 12 докладов), отражали два основных направления исследовательского интереса: первое — эмпирические исследования интернет-пользователей и интернет-контента и их результаты, полученные с использованием различных методик; второе — собственно методические разработки, актуальность которых обусловлена относительно новым объектом анализа, каким является интернет.

Эмпирические исследования интернета, выполненные в последние 1—2 года, охватывают широкий круг проблем: типологию пользователей и применяемых ими кодов (Белова К. А. — Минск), распространение моды средствами интернет-коммуникаций (Жилина А. А., Моор С. М. — Тюмень), особенности механизма действия таргетированной интернет-рекламы (Безлюдова А. С., Терещенко О. В. — Минск), формирование интернет-сообществ и особенности коммуникации в них (Кубашина П. А., Соловей А. П. — Минск), эффективность интернет-коммуникации в сфере оказания государственных услуг (Минина В. Н., Василькова В. В. — Санкт-Петербург), влияние интернета на развитие информационного поля в стране (Посталовский А. В. — Минск).

Большой интерес вызвало сообщение М. О. Фомич (Минск) о новой методике агентного моделирования и ее использовании для анализа социальной коммуникации, а также сообщение Н. Н. Сеч-

ко (Минск) об онлайн-методах исследования игровой аудитории. В двух сообщениях продемонстрированы возможности адаптации традиционных методов — контент-анализа (Кузьмич А. И., Ефимова Н. В. — Минск) и диагностики мотивационной структуры личности (Мизгирева М. Ю., Фофанова Г. А. — Минск) — к специфическим особенностям интернет-пользователей и интернет-контента как объектов социологического и социально-психологического исследований.

Политические аспекты коммуникации рассматривались на секции «Медиатизация политики» (модератор Екадимова И. И., 12 докладов). Центральными докладами секции стали: «Формирование политических взглядов населения в условиях информационной войны между Украиной и Россией» (Снежкова И. А. — Москва); «Исследования коммуникативных аспектов сплоченности» (Шилова В. А. — Москва); «Формирование образа России в СМИ: дискурс украинских событий» (Сульжицкий И. С. — Минск). Заседание секции проходило в деловой, дружественной атмосфере. Все заслушанные доклады сопровождалось вопросами, ремарками и дискуссиями. В ходе работы секции участники обменялись мнениями о наиболее актуальных и значимых тенденциях влияния политики на развитие медиасферы.

По итогам работы секции были сформулированы рекомендации: 1. В процессе подготовки приглашений, направленных на деэскалацию вооруженного конфликта на востоке Украины, лицам, принимающим решения, учитывать конфликтное влияние СМИ; 2. Отметить в качестве перспективного направления исследований политической коммуникации дискурс-анализ материалов СМИ в условиях информационного противоборства; 3. Развивать международное научное сотрудничество в сфере исследований политической коммуникации, информационного противоборства и групповой сплоченности.

Второй рабочий день начался пленарным заседанием конференции Российской коммуникативной ассоциации «ОргКом 2016: Корпоративная коммуникация», приуроченной к проведению конференции «Коммуникация в социально-гуманитарном знании, экономике, образовании». С докладами выступили: Мицейкиене А. (Каунас) «Научно-исследовательская и проектная деятельность факультета экономики и менеджмента Университета Александра Стульгинского»; Галиев Г. Т., Гимаев И. З. (Уфа) «Социальный аудит и социальная ответственность в контексте инновационных подходов современного менеджмента»; Терещенко О. В. (Минск) «Компьютерная грамотность как фактор конкурентоспособности на рынке труда».

В последовавшей за пленарным докладом секции «Корпоративные коммуникации» (модератор Купчинова Т. В., 12 докладов) были подняты вопросы, касающиеся процесса управления корпоративными коммуникациями, активного внедрения современных информационно-коммуникационных технологий, обозначены проблемы, с которыми могут сталкиваться организации, представлены примеры исследований корпоративных коммуникаций. Особого внимания заслуживает доклад Щербины В. В. (Москва) «Целеформирующие и целеобеспечивающие рационализирующие управленческие диагностические социальные технологии». Автор обратил внимание на содержание термина «социальные технологии», обозначил причины популярности данного термина, сферы его применения. Большой интерес вызвали также доклады Палицина В. А., Прупаса Е. Н., Терещенко М. С. (Минск), которые обратили внимание аудитории на необходимость контроля эффективности веб-решений со стороны бизнеса и проблеме риска качества данных, используемых для разработки медиаплана. Примеры исследований корпоративных коммуникаций были представлены в докладах Лебедевой Е. В., Фетисовой А. Р., Терещенко О. В. (Минск).

Параллельно конференции «ОргКом 2016» работали круглые столы и мастер-классы.

В рамках круглого стола «Теория и практика дискурс-экспертизы» были подняты и обсуждены с разной степенью детальности три вопроса, относящиеся к описанию современного состояния такой практики дискурс-анализа, как дискурс-экспертиза.

Выступления Ухвановой И. Ф., Дода И. Г. и Савич Е. В. (Минск) явились мотивом для обсуждения теоретических основ и методологических оснований экспертизы текстов. В ходе дискуссии были определены особенности подходов к экспертированию различных типов дискурса (экспертного, судебного, медийного) в зависимости от прикладной задачи собственно экспертизы как социальной и профессиональной практики. В фокус внимания попал вопрос о категориальном аппарате и, в частности, о единице анализа (языковой, речевой, дискурсной), релевантной и достаточной для экспертного заключения в каждом конкретном случае экспертизы.

Обсуждение практических кейсов экспертизы дискурса, прозвучавшие в выступлениях Курчак Л. В., Туркиной О. А., Гуренчик Е. Н. и Маркович А. А. (Минск), актуализировали категории экспертируемых дискурсов и проиллюстрировали потенциал каузально-генетической перспективы как системного применения матрицы познания

коммуникативной реальности. Вместе с тем благодаря дискуссии вокруг конкретных примеров экспертизы стало понятно, что само направление дискурс-экспертизы вполне сформировалось как исследовательское направление, обросло гранд-теорией и частными теориями, утвердилось в необходимости принятия и дальнейшего развития кросс-дисциплинарной методологии и терминологии.

Рефреном в процессе дискуссии звучал вопрос о месте дискурс-экспертизы в социальной коммуникации и в процессе обучения специалистов в этой области. Участники пришли к выводу о необходимости определения дискурс-экспертизы в качестве учебной дисциплины и, следовательно, о необходимости разработки соответствующего образовательного стандарта.

Круглый стол «Социальная реклама в государственном управлении: роль и миссия» (модераторы: профессор Калачева И. И. и начальник управления защиты прав потребителей и контроля за рекламой Минторга, заместитель председателя Межведомственного совета по рекламе Барышников И. Н.) собрал большое число участников. В заседании круглого стола участвовали члены Межведомственного совета по рекламе, начальники управлений и специалисты, курирующие вопросы социальной рекламы, из различных государственных структур, преподаватели, аспиранты и студенты специальности «Социальные коммуникации».

Обсуждены проблемы становления социальной рекламы в Беларуси, ее нормативно-правовое обеспечение и основные вопросы разработки, размещения и планирования, представлен опыт министерств Беларуси в продвижении социальной рекламы, обозначена ее роль в государственном регулировании и управлении социальными проблемами, функции в формировании положительного имиджа государственных органов. Дана оценка перспектив популяризации социальной рекламы в формате фестивалей (на примере фестивалей «Белый квадрат» и «Ладошка»).

Также с большим интересом и широким кругом участников прошли круглые столы: «Коммуникация с поколением Z (Next)»; «Электронный маркетинг»; «Архитектура светских и религиозных социальных сетей»; мастер-классы: «По следам пользователя: поведенческие данные в помощь опросам»; «Онтогенез общения».

9 апреля состоялся заключительный круглый стол «Проблемы образования в сфере коммуникации», где обсуждались проблемы и перспективы развития специальности «Социальные коммуникации» в условиях вступления в Болонский про-

цесс, необходимость открытия практико-ориентированной магистратуры.

При подведении итогов отмечалась хорошая организация, глубина и научно-практическая ценность докладов, дружелюбная атмосфера, царившая на официальных и неофициальных мероприятиях конференции. Участниками конференции был принят ряд важных решений, касающихся дальнейшего сотрудничества, образовательной и научной деятельности: 1. Активизировать работу по внесению специальности «Социальные коммуникации» в Международную классификацию направлений образования. 2. Активно использовать возможности по открытию практико-ориентированной магистратуры на базе кафедры социальной коммуникации. 3. Продолжить сотрудниче-

ство с факультетом социологии СПбГУ, факультетом экономики и менеджмента Университета Александра Стульгинскиса (Каунас), Институтом социологии РАН (Москва), Российской коммуникативной ассоциацией. 4. Проанализировать возможности сотрудничества с университетами, представители которых участвовали в конференции; разработать совместные проекты для получения грантов. 5. Провести V Международную научно-практическую конференцию «Коммуникация в социально-гуманитарном знании, экономике, образовании» в 2020 г.

*Н. А. Елсукова,
кандидат социологических наук, доцент кафедры
социальной коммуникации ФФСН БГУ.*