**БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ**

**Утверждаю**

Проректор по учебной работе БГУ

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ С. Н. Ходин

“\_\_\_\_”\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 2017 г.

Регистрационный № УД- \_\_\_\_\_/ уч.

**Современная концепция информационного общества**

**Учебная программа учреждения высшего образования**

**по учебной дисциплине для специальности**

**1-23 80 05 Журналистика**

Минск, 2017

Учебная программа составлена на основе ОСВО 1–23 80 05–2012, учебного плана № Е 23-274/уч. от 26.05.2017.

**СОСТАВИТЕЛЬ:**

*Баранова Елена Владимировна,* профессор кафедры теории и методологии журналистики Института журналистики Белорусского государственного университета, доктор политических наук, профессор

**РЕКОМЕНДОВАНА К УТВЕРЖДЕНИЮ:**

Кафедрой теории и методологии журналистики Института журналистики Белорусского государственного университета

(протокол № 12 от 16.05.2017 г.)

Научно-методическим Советом Белорусского государственного университета

(протокол № 5 от 27.06.2017 г.)

Заведующий кафедрой А.В. Потребин

**ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА**

Учебная программа учреждения высшего образования по учебной дисциплине «Современные концепции информационного общества» предназначена для студентов, обучающихся на второй ступени высшего образования по специальности 1-23 80 05 Журналистика.

##### Цель изучения дисциплины

Изучение магистрантами учебной дисциплины «Современные концепции информационного общества» предполагает рассмотрение данного феномена как новой фазы цивилизованного развития. При анализе ее основных составляющих внимание акуммулируется на двух фундаментальных сущностях: коммуникации и информации, которые в современном мире становятся определяющими во всех отраслях жизнедеятельности. Осознание этого обстоятельства будущими специалистами СМИ и СМК является основной целью данной дисциплины, интегрирующей в себе важнейшие аспекты политико-правового, социально-философского и культурологического знания.

Соответственно, особое внимание будет уделяться теоретическим и прикладным аспектам формирования информационной инфраструктуры, усвоению основных критериев информационного общества.

Магистранты получат комплекс знаний по задачам обеспечения информационной безопасности, управления информационным пространством в системе государственной информационной политики.

Особое место в учебном материале отводиться стратегиям развития информационного общества в Республике Беларусь.

**Основными задачами учебной дисциплины являются**:

* Приобретение магистрантами необходимой теоретико-методологической базы для создания конкурентно-способного медийного продукта, развития креативного мышления, как мотиватора преобразования медиапространства;
* Творческое осмысление магистрантами процессов социального взаимодействия в современных условиях, понимание интегративной роли государства в обеспечении общенациональной безопасности;
* овладение креативными технологиями в медийной практике.

##### Место учебной дисциплины в системе подготовки магистра.

Учебная дисциплина «Современные концепции информационного общества» входит в государственный компонент цикла дисциплин специальной подготовки.

##### Связь с другими учебными дисциплинами.

Учебная дисциплина «Современные концепции информационного общества» тематически и методологически связана с учебными дисциплинами «Социология политики», «Медиология» и «Политология журналистики», «Социология коммуникации», «Креативные индустрии современного медиапространства».

В результате освоения учебной дисциплины «Современные концепции информационного общества» магистрант должен*:*

***знать:***

* отличительные черты информационного общества;
* основные предметные области информационных отношений;
* характерные черты глобализации;
* актуальные методики расширения информационного рынка;
* основные функции информационного пространства;
* проблемы культурной экспансии;

- критерии исследования информационного общества;

* стратегии развития информационного общества в Республике Беларусь.

***уметь:***

* целенаправленно работать с информацией;
* представлять информацию в доступном и понятном для массовой аудитории выражении;
* воздействовать на аудиторию посредством убеждения;

- анализировать информационно-психологическое пространство как сложный управляемый объект.

***владеть:***

- высокоинтенсивными медийными технологиями в современной информацинной среде;

- методикой аппеляции к обыденному сознанию аудитории и формирования информационного интереса;

- техникой поиска актуальной информации и подбора источника информации;

- практическими навыками ориентации на социальную и личностную мотивацию аудитории.

Дисциплина «Современные концепции информационного общества» опирается на предварительное изучение магистрантами социально-гуманитарных (социологии, философии, политологии), дисциплин, предусмотренных учебным планом по специальности.

**Требования к академическим компетенциям, социально-личностным, профессиональным компетенциям магистра:**

Требования к академическим компетенциям магистра

Магистр должен иметь:

**АК-2** - уметь использовать в профессиональной деятельности как минимум один из иностранных языков;

**АК-3** – знать основные теории политической социологии;

**АК-6** - уметь определять социальные, политические, экономические тенденции и закономерности.

Требования к социально-личностным компетенциям магистра

Магистр должен быть способным:

**СЛК-1** – стремиться придерживаться этических ценностей и здорового образа жизни;

**СЛК-4** – быть способным к критике и самокритике;

**СЛК-5** –уметь планировать и прогнозировать личный жизненный путь и профессиональную карьеру.

Требовании к профессиональным компетенциям магистра

Магистр должен быть способен:

**ПК-6** – владеть методами организации эффективного социального взаимодействия на макро и микросоциальном уровнях;

Творческая деятельность

**ПК-8.** Анализировать социально-значимые проблемы и процессы в контексте идеологии белорусской государственности и проводимой информационной политики в Республике Беларусь.

**ПК-9.** Постоянно приобретать новые знания и умения с использованием традиционных и новейших информационных технологий.

**Количество академических часов**

|  |  |
| --- | --- |
| Факультет | журналистики  |
| Кафедра | теории и методологии журналистики |
| Курс | 1 |
| Семестр | 2 |
| Лекции  | 20 |
| Практические | 36 |
| КСР | 4 |
| Всего аудиторных часов по дисциплине | 60 |
| Всего часов по дисциплине | 208 |
| Форма получения высшего образования | очная |

Форма текущего контроля знаний – экзамен.

**Содержание учебного материала**

**Тема 1. Реалии постиндустриального общества.**

Информация как источник, средство и продукт производства. Информированность как обладание различными категориями аудитории достаточной информацией для выработки адекватных представлений о действительности. Коммуникационные технологии. Особенности политической коммуникации. Понятие общественного сознания, массового сознания и общественного мнения.

Отличительные черты информационного общества:

– увеличение роли информации и знаний жизни общества;

– возрастание доли информационных коммуникаций, продуктов и услуг в ВВП;

– создание глобального информационного пространства.

Основные предметные области информационных отношений:

- реализация права на поиск, получение, передачу и применение информации;

- производство, передача и распространение исходной и производной информации;

- формирование информационных ресурсов, подготовка информационных продуктов, представление информационных услуг;

- применение информационно-телекоммуникационных технологий.

Информационная инфрастуктура как совокупность средств по обработке и использованию информации, объединенных в компьютерные и информационные сети.

Понятиие информационного продукта. Информационный продукт – в валовом внутреннем продукте. Информационные услуги. Субъекты и объекты информационного взаимодействия.

«Простые» и «сложные» информационные системы.

**Тема 2. Основные критерии информационного общества.**

Технологический. Развитие информационных технологий широко применяемых в производстве, учреждениях, системе образовании, в быту.

Социальный. Информация выступает в качестве важного стимулятора изменения качества жизни, формирует информационное сознание.

Экономический. Информация составляет ключевой фактор в экономике в качестве ресурса, услуг, товаров, источника добавленной стоимости и занятости.

Политический. Формирование консенсуса между различными классами и социальными слоями населения, формирование гражданского общества посредством организации социального диалога, интегрирующая роль государства в формировании гражданского общества.

Культурный. Признание культурной ценности информации посредством содействия утверждению информационных ценностей в интересах развития отдельного индивида и общества в целом.

Коммуникативный. Коммуникация как ключевой элемент информационного общества.

**Тема 3. Информационная культура.**

Информационная культура как умение целенаправленно работать с информацией и использовать ее для получения, обработки и передачи данных.

Проявление информационной культуры:

– в конкретных навыках по использования современных технических устройств;

– в умении извлекать информацию из различных источников;

– в умении представлять информацию в понятном виде и эффективно ее использовать;

– в знании аналитических методов обработки информации;

– в умении работать в различными видами информации;

– в овладении информационными технологиями.

Двуединство информационного сознания и информационной культуры.

**Тема 4. Креативный человек.**

Модель человека как схема поведения, отражающая доминирующую в обществе форму жизнедеятельности.

Креативный критерий социума в работах Йозефа Шумпетера.

Трактовка общественной ценности как творческой деятельности человека.

Креативный человек: его роль в социальной организации и его общественная значимость.

Модель креативного человека: труд, капитал, обеспеченность, ценности; потребности, благосостояние, социальные взаимодействия.

Понятие «эмоционального интеллекта» как группы умственных способностей, которые помогают воспринять и понять ваши собственные чувства, равно как чувства других людей (Дж. Маер).

Развитый эмоциональный интеллект как управление эмоциями, эмоциональными ресурсами, смелость в принятии трудных решений, предвидение скрытых препятствий, влияние на направленность действий других, умение объединить усилия разных людей и сделать из них высокопродуктивную команду. Личная эффективность как следствие развития эмоционального интеллекта (П. Григал).

**Тема 5. Использование креативных индустрий в медийной практике.**

Теоретический аспект :

– креативное мышление как мотиватор преобразований медиа-пространства;

– создание гуманитарных контент-моделий.

Практический аспект:

– развлекательность как характерная черта медийного пространства постсовременного общества;

– поиск креативных репрезенций социума в масс-медийной продукции;

– креативная составляющая имиджеформирующей деятельности.

Жанры и форматы креативного масс-медийного пространства:

– рынок телевизионных форматов;

– гибридизация порталов;

– региональный экспериментальный репортаж;

– площадка СМИ – составляющая современной культурной индустрии.

**Тема 6. Медиапространство в условиях глобализма.**

Основные функции информационного пространства:

– интегрирующая;

– коммуникативная;

– актуализирующая;

– геополитическая;

– социальная.

Неотъемлимая роль человеческой деятельности в осуществлении информационных технологий. Человек в информационном пространстве.

Безграничность современного медиапространства. Характерные черты глобализации:

– всеобщая охватность и комплексность изменений пр переходе к глобальной стадии;

– приоритетность глобальных ценностей по отношению к локальным;

– изменение ориентации рациональности от «модерна» к «постмодерну»;

– создании глобалистично-постмодернистской картины социального мира.

Проблема стереотипизации мышления. Западные теории манипулирования общественным сознанием. Проблема воздействия на личность со стороны массовой культуры. Проблема культурной экспансии: тенденции внедрения и распространения западной культуры как универсальной и исключающей вклад других культур; стремление Запада достичь посредством культуры внедрения политических целей; односторонний поток информации от «центра» к «периферии». Понятие «информационного входа» и «информационной угрозы».

**Тема 7. Информационная безопасность современного общества.**

Задачи информационной безопасности.

Информационная безопасность как состояние защищенности информационной среды общества, как устойчивость основных сфер общественной жизнедеятельности по отношению к дестабилизирующим и деструктивным воздействиям через информационные каналы.

Защитная функция традиций народа, социальных общностей, семейных отношений и др. Устойчивое общественное мнение и поддерживаемая народом государственная политика как способность противодействия «двойным стандартам». Задача взаимодействия государственных, социальных институтов и СМИ в формировании здоровых массовых настроений.

Информационная безопасность – важнейшая составная часть общественной безопасности.

**Тема 8. Информационное пространство как объект управления в системе государственной информационной политики.**

Понятие информационно-психологического пространства как сложного динамического объекта.

Управление информационным пространством посредством политического, экономического и культурного ресурсов.

Основные субъекты управления, обеспечивающие генерации информационных воздействий: органы государственной власти и управления, коммуникативные структуры, службы по связям с общественностью, общественные объединения и др.

Роль СМИ И СМК в обеспечении взаимодействия государственной власти и общества.

Взаимодействие СМИ с органами законодательной и представительной власти. Участие СМИ в избирательных кампаниях.

Взаимодействие СМИ с исполнительной ветвью власти.

Взаимодействие СМИ с судебной ветвью власти.

**Тема 9. Медийные технологии в современном информационном обществе.**

Воздействие на аудиторию через убеждение: а)утверждение, б)изменение позиции реципиента.

Высокоинтенсивные технологии.

Низкоинтенсивные технологии. Факторы эффективного воздействия на коммуникационную аудиторию:

– доверие к источнику информации;

– притягательность источника инфомации;

– влиятельность источника информации.

Технологии, обеспечивающие эффективность восприятия информации:

– поиск актуальной информации;

– подбор источника информации;

– ориентация на социальную и личностную мотивацию аудитории;

– формирование информационного интереса ;

– формирование стреотипа;

– апелляция к обыденному сознанию аудитории:

– присоединение к внутреннему миру аудитории.

**Тема 10. Стратегии развития информационного общества в Республике Беларусь.**

Развитие информационного общества – один из национальных приоритетов Республики Беларусь и общенациональная задача, требующая координации и объединения усилий государства, общества и бизнеса.

Роль информационно-коммуникационных технологий в развитии инновационной экономики.

Создание современной информационной структуры.

Развитие национальной информационной индустрии.

Совершенствование информационных ресурсов и электронных услуг.

Ликвидация «цифрового» неравенства как обеспечение равных возможностей для использования существующих информационных ресурсов в городах и сельской местности. Создание сети широкополостного доступа, обеспечение подключения к сети интернет учреждения общего и среднего образования, создание сети сотовой подвижной электросвязи и др.

Выводы международных экспертов о достойной месте Республики Беларусь в глобальном информационном пространстве.

Подготовка высококвалифицированных специалистов как важнейшая составляющая успеха в развитии информационного общества.

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Номер раздела, темы | Название раздела, темы | Количество аудиторных часов | Количество часов УСР | Формы контроля знаний |
| лекции | практическиезанятия | лабораторные занятия | Иное |
|  | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 |
| 1. | Реалии постиндустриального общества | 2 | 2 |  |  |  |  |
| 2. | Основные критерии информационного общества | 2 | 4 |  |  |  |  |
| 3.  | Информационная культура | 2 | 4 |  |  | **2** | устные опросы |
| 4. | Креативный человек | 2 | 4 |  |  |  |  |
| 5. | Использование креативных индустрий в медийной практике | 2 | 4 |  |  | **2** | устные опросы |
| 6. | Медиапространство в условиях глобализма | 2 | 4 |  |  |  |  |
| 7. | Информационная безопасность современного общества | 2 | 4 |  |  |  | Контрольная работа |
| 8. | Информационное пространство как объект управления в системе государственной информационной политики | 2 | 4 |  |  |  |  |
| 9. | Медийные технологии в современном информационном обществе | 2 | 4 |  |  |  |  |
| 10. | Стратегии развития информационного общества в Республике Беларусь | 2 | 2 |  |  |  | Контрольная работа |
|  | Всего: | **20** | **36** |  |  | **4** | **60** |

**ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ**

## ЛИТЕРАТУРА

***Основная***

* + - 1. Бабосов, Е.М. Социология управления / Е.М. Бабосов. – Минск: тетраСистемс, 2006. – 287 с.
			2. Багдасарьян, Н.Г. Виртуальная реальность: попытка типологизации Н.Г. Багдасарьян, В.Л. Силаева // Философские науки. – 2005. – №6. – С. 39-59.Белл, д. грядущее постиндустриальное общество. Опыт социального прогнизирования / Д. Белл. – М.: academia, 1999. –788 с.
			3. Вайнштейн, Г. интернет как фактор общественных трансформаций / Г. Вайнштейн // Мировая экономика и международные отношения. – 2002. – №7. – С.16-27.
			4. Грехнев, В.С. Информационное общество и образование / В.С. Грехнев // Вестн. Моск. Ун-та Сер. 7, Философия. – 2006. – №6. – С.88-107.
			5. Зеленков, А.И. Перспективы научного разума и методологический дискурс / А.И. Зеленков, Л.Ф. Кузнецова, Я.С. Яскевич [и др.]. – Минск: РИВШ БГУ, 2000. – 215 с.
			6. Знание и общество / Под ред. И.Т. Касавина. – М.: Канон +, 2005. – 256 с.
			7. Коннов, В.И. Принципы научного самоуправления в современной социологии науки / В.И. Коннов // Философские науки. – 2007. – №4. – С. 132-147.
			8. Кравченко, В.И. Власть и коммуникация: проблемы взаимодействия в информационном обществе / В.И. Кравченко. – СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2003ю – 272 с.
			9. Микешина, Л.А. Философия познания: Полемические главы / Л.А. Микешина. – М.: Прогресс-Традиция, 2002. – 624 с.
			10. Миронов, В.В. Коммуникация глобальная / В.В. Миронов // Глобалистика: энциклопедия / В.В. Миронов; гл. ре. И.И. Мазур, А.Н. чумаков; Центр научных и прикладных программ «ДИАЛОГ». – М.: диалог, 2003. – С. 452-453.
			11. Мирская, Е.З. Современные информационно-компьютерные технологии как средство модернизации отечнственной науки / Е.З. Мирская // науковедение. – 2003. – №1. – С. 8-25.
			12. Мясникович, М.В. Управление системой обеспечения экономической безопасности / М.В. Мясникович, С.С. Полоник, В.В. Пузиков. – Минск: Право и экономика, 2006. – 378 с.
			13. Рейман, Л.Д. Информационное общество и роль телекоммуникаций в его становлении / Л.Д. Рейман // Вопросы философии. – 2001. – №3. – С. 3-9.
			14. Яскевия, Я.С. Аргументация в науке / Я.С. Яскевич. – Минск: Университетское, 1992. – 144 с.

***Дополнительная***

1. Важно, чтоб работа не прекращалась… Интервью с академиком РАН В.С. Степиным // Вопросы философии. – 2004. №9. – С. 16-72.
2. Грязнова, Е.В. Виртуальная реальность: анализ смысловых элементов понятия / Е.В. Грязнова // Философские науки. – 2005. – №2. – С. 125-143.
3. Еляков, А.Д. Информационная перегрузка людей / А.Д. Еляков // Социологические исследования. – 2005. – №5. – С. 114-121.
4. Кузнецов, Д.В. Роль современных коммуникаций в формировании массового сознания / Д.В. Кузнецов // Философия и общество. – 2004. – №3. – С. 92-104.
5. Лазаревич, А.А. Научное знание в информационном обществе / А.А. Лазаревич. – минск: Наука и техника, 1993. – 103 с.
6. Мельянцев, В. Информационная революция – феномен “новой экономики” В Мельянцев // Мировая экономика и международные отношения. – 2001. – №2. – С. 3-10.
7. Парсонс, Т. О структуре социального действия / Т. Парсонс. – М.: Академический проект, 2000. – 880 с.
8. Степин, В.С. Теоретическое знание: Структура, историческая эволюция / В.С. Степин. – М.: Прогресс-Традиция, 2000. – 743 с.
9. Уэбстер, Ф. Теория информационного общества / Ф. Уэбстер. – М.: Аспект Пресс, 2004. – 400 с.
10. Фукуяма, Ф. Наше постчеловеческое будущее: Последствия биотехнологической революции / Ф. Фукуяма. – М.: АСТ, 2004. – 349 с.
11. Becker, H.J. / Who’s wired and who’s not? Children’s access to and use of computer technology / H.J. Becker // Children and Computer.– 2000. – Vol. 10/ – P. 45-56.
12. Poster, M. The Mode of Information: Poststructuralism and Social Context / M. Poster/ – Cambridge: Polity Press? 1990/ – 179 p.

**Примерный ПЕРЕЧЕНЬ тем для рефератов**

1. Информация как источник, средство и продукт производства.
2. Отличительные черты информационного общества.
3. Субъекты и объекты информационного взаимодействия.
4. Основные критерии информационного общества.
5. Двуединство информационного сознания и информационной культуры.
6. Креативный критерий социума в работах Йозефа Шумпетера.
7. Модель креативного человека.
8. Понятие «эмоционального интеллекта».
9. Использование креативных индустрий в медийной практике.
10. Жанры и форматы креативного масс-медийного пространства.
11. Характерные черты глобализации.
12. Человек как субъект информационного пространства.
13. Информационная безопасность как составная часть общественной безопасности.
14. Защитная функция традиций народа, социальных общностей, семейных отношений в сохранении цивилизационного кода страны.
15. Понятие информационно-психологического пространства как сложного динамического объекта.
16. Управление информационным пространством посредством политического, экономического и культурного ресурсов.
17. Роль СМИ И СМК в обеспечении взаимодействия государственной власти и общества.
18. Высокоинтенсивные технологии коммуникативной практики.
19. Особенности низкоинтенсивных технологий как фактора эффективного воздействия на массовую аудиторию.
20. Развитие информационного общества – один из национальных приоритетов Республики Беларусь и общенациональная задача.
21. Подготовка высококвалифицированных специалистов.

**Формы контроля усвоения пройденного материала**

**Перечень используемых средств диагностики результатов учебной деятельности**

В качестве средств диагностики используются:

1. контрольные работы

2. устные опросы

**Методика формирования итоговой оценки**

Методика формирования итоговой оценки осуществляется с учетом:

* Правила проведения аттестации (Пост. № 53 от 23.05.2012 г.)
* Положение о рейтинговой системе в БГУ ( Приказ ректора БГУ№ 382-ОД от 18.08.2015
* Критерии оценки знаний и компетенций студентов по 10-балльной шкале / Белорусский государственный университет. – Режим доступа: http://www.bsu.by/Cashe/pdf/50473.pdf

**ПРОТОКОЛ**

**СОГЛАСОВАНИЯ УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЫ УВО**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Название учебной дисциплины, с которой требуется согласование | Название кафедры | Предложения об изменениях в содержании учреждения высшего образования по учебной дисциплине | Решение, принятое кафедрой, разработавшей учебную программу (с указанием даты и номера протокола) |
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| Социология политики | Кафедра теории и методологии журналистики | Предложений нет | Замечаний нет, прот. № 12 от 16.05.2017 г. |
| Медиология | Кафедра медиалогии и веб-журналистики | Предложений нет | Замечаний нет, прот. № 12 от 16.05.2017 г. |
| Политология журналистики | Кафедра медиалогии и веб-журналистики | Предложений нет | Замечаний нет, прот. № 12 от 16.05.2017 г. |
| Социология коммуникации  | Кафедра информации и коммуникации | Предложений нет | Замечаний нет, прот. № 12 от 16.05.2017 г. |
| Креативные индустрии современного медиапространства | Кафедра теории и методологии журналистики | Предложений нет | Замечаний нет, прот. № 12 от 16.05.2017 г. |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |

**дополнения и изменения**

**к учебной программе по УВО**

**на \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ учебный год**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| № п/п | Дополнения и изменения | Основание |
|  |  |  |

Учебная программа пересмотрена и одобрена на заседании кафедры теории и методологии журналистики (протокол № \_\_от \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 201\_ г.)

Заведующий кафедрой \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ А.В. Потребин

УТВЕРЖДАЮ

Декан факультета

кандидат филологических наук, доцент \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ С.В.Дубовик