

Министерство образования Республики Беларусь
Белорусский государственный университет
Факультет журналистики
Кафедра технологий коммуникации и связей с общественностью

СОГЛАСОВАНО
Заведующий кафедрой
_____ Сидорская И.В.
«16» октября 2020 г.

СОГЛАСОВАНО
Декан факультета
_____ Самусевич О.М.
«29» октября 2020 г.

СОГЛАСОВАНО
Председатель
учебно-методической комиссии факультета
_____ Степанов В.А.
«29» октября 2020 г.

Теория современной коммуникативистики

Электронный учебно-методический комплекс
для специальности: 1-23 80 11 «Коммуникации»

Регистрационный № 2.4.2-12/122

Автор:
Сидорская Ирина Владимировна, заведующий кафедрой технологий
коммуникации и связей с общественностью.

Рассмотрено и утверждено на заседании Научно-методического совета БГУ
07.12.2020 г., протокол № 2.

Минск 2020

УДК 316.77(075.8)
С 347

Утверждено на заседании Научно-методического совета БГУ
Протокол № 2 от 07.12.2020 г.

Решение о депонировании вынес:
Совет факультета журналистики
Протокол № 2 от 29 октября 2020 г.

А в т о р :

Сидорская Ирина Владимировна, доктор филологических наук, доцент, заведующий кафедрой технологий коммуникации и связей с общественностью факультета журналистики.

Рецензенты:

кафедра философии и методологии университетского образования ГУО «Республиканский институт высшей школы» (заведующий кафедрой, кандидат философских наук, доцент Н. Г. Доброродный);

Соколов И. Н., главный редактор газеты «Аргументы и факты в Белоруссии», кандидат филологических наук.

Сидорская, И. В. Теория современной коммуникативистики : электронный учебно-методический комплекс для специальности: 1-23 80 11 «Коммуникации» / И. В. Сидорская ; БГУ, Фак. журналистики, Каф. технологий коммуникации и связей с общественностью. – Минск : БГУ, 2020. – 43 с. : табл. – Библиогр.: с. 40–42, библиогр. в тексте.

Электронный учебно-методический комплекс (ЭУМК) предназначен для магистрантов специальности 1-23 80 11 «Коммуникации» вне зависимости от выбранного профиля (специализации). Содержание ЭУМК предполагает изучение понятия и сущности человеческой коммуникации, структуры и принципов исследования и оптимизации коммуникации в различных контекстах, статуса теории коммуникации в системе современного знания и специфики ее становления, особенностей коммуникации в современном медиaprостранстве, медиатранзите как основном механизме коммуникационной кампании в медиатизированном обществе.

СОДЕРЖАНИЕ

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА.....	4
1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ.....	7
1.1. Тематический план.....	7
1.2. Содержание учебного материала.....	7
1.3. Конспект лекций.....	16
2. ПРАКТИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ.....	28
Содержание семинарских занятий	28
3. РАЗДЕЛ КОНТРОЛЯ ЗНАНИЙ.....	32
4. ВСПОМОГАТЕЛЬНЫЙ РАЗДЕЛ.....	40
4.1. Рекомендуемая литература	40

Приложение 1¹. Презентация Microsoft PowerPoint по теме 1.1 Понятие и сущность процесса коммуникации.

Приложение 2. Презентация Microsoft PowerPoint по теме 1.2 Структура процесса коммуникации: исследование и оптимизация.

Приложение 3. Презентация Microsoft PowerPoint по теме 1.3 Становление науки о коммуникации.

Приложение 4. Презентация Microsoft PowerPoint по теме 1.4 Теория коммуникации в системе современного социально-гуманитарного знания.

Приложение 5. Презентация Microsoft PowerPoint по теме 1.5 Коммуникация в современном медиaprостранстве.

Приложение 6. Презентация Microsoft PowerPoint по теме 1.6 Медиатранзит как основной механизм коммуникационной кампании в медиaprостранстве.

¹ Все приложения размещены отдельными файлами.

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Электронный учебно-методический комплекс (ЭУМК) – важнейший учебно-методический ресурс, способный существенно оптимизировать процесс освоения содержания учебной дисциплины. Наличие учебно-методического комплекса значительно облегчает обучающимся понимание как общей структуры дисциплины, так и отдельных разделов, тем, вопросов в ее составе. Особенно необходим учебно-методический комплекс при освоении новых, находящихся в процессе институционализации дисциплин, для изучения которых в силу объективного отсутствия специализированной учебной литературы необходимо обращение к большому количеству разнообразных источников, сосредоточенных в различных областях научного знания. К таковым относится и учебная дисциплина «Теория современной коммуникативистики», которая вплоть до 2019 г. не читалась в учреждениях высшего образования нашей страны. Учебная дисциплина «Теория современной коммуникативистики» аккумулирует в себе информацию из таких дисциплин, как «Теория коммуникации» (общие принципы и модели социальной коммуникации), «Теория медиакommunikаций» (влияние медиатизации на изменение содержания и формы современной коммуникации), «История социальной коммуникации» (социальная динамика, рассмотренная сквозь призму эволюции информационно-коммуникационных технологий), «Философия коммуникации» (значение конкретных философских школ для развития представлений о коммуникации), «Современные технологии массмедиа» (стратегии и тактики конституирования социальных проблем в разных типах медиа) и др.

Цель учебной дисциплины – комплексное освоение магистрантами основных теоретических представлений о коммуникации как системе производства, распространения, обмена, потребления социально значимой, имеющей стратегические цели информации по массмедийным и интермедийным каналам в индивидуальном, групповом, массовом форматах при помощи разнообразных коммуникативных средств.

Задачи учебной дисциплины:

1. углубить знания магистрантов о природе, многообразии форм и специфике коммуникационных процессов в обществе;
2. обеспечить магистрантов знаниями о структуре процессов коммуникации, условиях и закономерностях их эффективного протекания;
3. сформировать навыки для комплексного исследования и оптимизации процессов коммуникации;
4. усовершенствовать способности магистрантов к плодотворному общению в различных типах социального взаимодействия.

Место учебной дисциплины в системе подготовки магистра. Учебная дисциплина «Теория современной коммуникативистики» является основной в подготовке магистров по данной специальности, так как включает в себя теоретический фундамент специальности и развивает коммуникативный подход

к разнообразным объектам реальности, с которыми предстоит работать выпускникам.

Учебная дисциплина относится к государственному компоненту, модулю «Теория и методология коммуникативистики».

Связи с другими учебными дисциплинами. Преподавание учебных дисциплин по специальности 1-23 80 11 Коммуникации, в том числе относящихся к компоненту учреждения высшего образования (профилю), опирается на компетенции, сформированные магистрантами в период обучения учебной дисциплине «Теория современной коммуникативистики».

Требования к компетенциям

Освоение учебной дисциплины «Теория современной коммуникативистики» должно обеспечить формирование следующих универсальных и углубленных профессиональных компетенций магистров:

универсальные компетенции:

УК-4. Уметь использовать теории коммуникации в решении профессиональных задач;

углубленные профессиональные компетенции:

УПК-3. Быть способным разрабатывать и оценивать эффективность коммуникационных стратегий по продвижению, позиционированию и формированию имиджа товаров, услуг, идей, персон и организаций.

В результате освоения учебной дисциплины магистрант должен:

знать:

- сущность и особенности социальной коммуникации;
- условия и закономерности эффективной коммуникации;
- основные теории медиа и подходы к исследованию современного медиапространства;

- методы управления информационными потоками и технологии коммуникации;

уметь:

- применять теории и методы коммуникации для решения разнообразных исследовательских проблем;

- оптимизировать разнообразные медиакоммуникационные процессы;

- планировать коммуникационные кампании в медиапространстве с учетом закономерностей медиатранзита;

- использовать современные формы медийной активности и внедрять оптимальные технологии коммуникационной деятельности субъекта социального функционирования.

владеть:

- принципами и методами теории коммуникации для решения различных исследовательских проблем;

- широким спектром методов анализа и оптимизации медиакоммуникативных процессов в различных сферах;

- принципами и навыками эффективного межличностного общения в различных коммуникативных пространствах.

Структура учебной дисциплины

Структура содержания учебной дисциплины включает такие дидактические единицы, как темы, в соответствии с которыми разрабатываются и реализуются соответствующие лекционные и семинарские занятия. Примерная тематика семинарских занятий приведена в информационно-методической части.

Информация об учебной дисциплине: общее количество часов, распределение аудиторного времени, трудоемкость, форма аттестации

Курс	1
Семестр	1
Всего часов по дисциплине	100
Всего аудиторных часов по дисциплине	36
Лекции (аудит. + ДО)	18 (14 + 4)
Семинарские занятия (аудит. + ДО)	10 (6 + 4)
УСР (аудит. + внеаудит. + ДО)	2 + 2 + 4
Трудоемкость учебной дисциплины	3 з.е.
Форма итоговой аттестации	экзамен

ЭУМК включает:

1. Теоретический раздел, включающий тематический план дисциплины, содержание учебного материала со списком литературы к каждой теме, а также курс лекций. В данном разделе сосредоточено основное смысловое содержание дисциплины: темы дисциплины с временной разбивкой на изучение каждой из них; содержание каждой из тем со списком литературы конкретно по данным вопросам, а также конспект лекций.

2. Практический раздел посвящен содержанию практических занятий и включает вопросы для обсуждения.

3. Раздел контроля знаний содержит материалы к текущей аттестации (темы рефератов по дисциплине, примерные вопросы к УСР) и материалы к итоговой аттестации, включающие вопросы к экзамену.

4. Вспомогательный раздел представлен списками основной, дополнительной литературы и электронных ресурсов по всей дисциплине.

5. Раздел «Приложения», отсылающий к слайдовым презентациям лекционных занятий.

Учебная дисциплина «Теория современной коммуникативистики» – непростая, но очень интересная и полезная. Успехов вам при ее изучении!

1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ

1.1. Тематический план

№ тем ы	Наименование раздела, темы	Количество аудиторных часов	
		лекции	семинарские занятия
1.1	Понятие и сущность процесса коммуникации	4	2
1.2	Структура процесса коммуникации: исследование и оптимизация	4	4
1.3	Становление науки о коммуникации	2	4
1.4	Теория коммуникации в системе современного социально-гуманитарного знания	2	2
1.5	Коммуникация в современном медиапространстве	4	2
1.6	Медиатранзит как основной механизм коммуникационной кампании в медиапространстве	2	4
	Всего:	18	18

1.2. Содержание учебного материала

Тема 1. Понятие и сущность процесса коммуникации

Многозначность понятия «коммуникация». Основные значения понятия «коммуникация». Социальная коммуникация. «Коммуникативный» vs «коммуникационный». Механистический, деятельностный и трансактный подходы к коммуникации.

Коммуникация как процесс социального взаимодействия людей, взятый в знаковой форме. Потребительные и знаковые свойства предметов. Понятие знака. Обмен в коммуникации как обмен сообщениями. Обратная связь в коммуникативных взаимодействиях. Коммуникация как субъектно-субъектное взаимодействие. Соотношение терминов «коммуникация» и «общение».

Постулаты и условия эффективной коммуникации. Коммуникативные максимы П. Грайса.

Полисемантичесность понятия «информация». Соотношение понятий «информация» и «сообщение».

Знаковый характер информационного взаимодействия. Информация, знак, образ. Основные характеристики знака. Кодирование и декодирование информации.

Ресурсный и коммуникативный подходы к информации. Информация как информационный ресурс, характеристика информационных ресурсов, суть ресурсного подхода. Информация как средство коммуникации, суть коммуникативного подхода.

Соотношение понятий «информация» и «знание». Информация как превращенная форма знания. Проблемы взаимоперехода информации и знания. Когнитология как наука о создании информации на основе профессиональных

знаний. Специфика работы когнитолога.

Литература по теме «Понятие и сущность процесса коммуникации»

1. *Калачева, И. И.* История и теория социальных коммуникаций: учеб.-метод. комплекс / И. И. Калачева, О. Е. Дмитриева. – Минск: БГУ, 2016. – 207 с.
2. *Клюканов, И. Э.* Коммуникативный универсум / И. Э. Клюканов. – М: Российская политическая энциклопедия (РОССПЭН), 2010. – 256 с.
3. *Назаров, М. М.* Массовая коммуникация в современном мире: методология анализа и практика исследований / М. М. Назаров; Ин-т социол. образования Рос. центра гуманитар. образования и др. – М. : УРСС, 1999. – 239 с.
4. *Почепцов, Г. Г.* Медиа: теория массовых коммуникаций / Г. Г. Почепцов. – Киев: Альтерпрес, 2008. – 403 с.
5. *Резаев, А. В.* Новые медиа и «умные вещи»: как новые технологии актуализируют различие между общением и коммуникацией? / А. В. Резаев, Н. Д. Трегубова // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10: Журналистика. – 2019. – № 1. – С. 25–45.
6. *Сидорская, И. В.* Теория коммуникации: учеб.-метод. комплекс для студентов фак. журналистики, обучающихся по спец. 1-23 01 07-01 «Информация и коммуникация (технологии коммуникации)» / И. В. Сидорская. – Минск : БГУ, 2008. – 163 с.
7. *Соловьев, А. И.* Современные технологии массмедиа: пособие / А. И. Соловьев. – Минск : БГУ, 2018. – 279 с.
8. *Шарков, Ф. И.* Коммуникология: энциклопедический словарь-справочник: учеб. пособие для подготовки бакалавров и магистров рекламы и связей с общественностью / Ф. И. Шарков. – М., 2009. – 768 с.

Тема 2. Структура процесса коммуникации: исследование и оптимизация

Метод моделирования в исследовании коммуникации. Метод моделирования в науке, его особенности. Типология моделей. Специфика моделирования в теории коммуникации. Основные функции моделирования.

Типология и эволюция коммуникативных моделей: линейные модели («формула» Г. Лассуэлла, «генеральная» модель Дж. Гербнера, Стэнфордская коммуникативная модель Д. Берло); нелинейные модели (математическая теория связи К. Шеннона-У. Уивера, циркулирующая (циркулярная) модель В. Шрамма-Д. Осгуда, социально-психологическая модель Т. Ньюкомба, модель В. Уэстли-М. Маклина, модель Дж. и М. Рили, модель Г. Малецке, модель М. де Флера, семиотические модели Р.О. Якобсона, Ю.М. Лотмана, У. Эко).

Базовые элементы коммуникативного процесса: источник, сообщение, канал, получатель. Обратная связь как набор откликов получателя, которые

возникают в результате контакта с обращением. Трактовка обратной связи в разных типах и видах коммуникации.

Коммуникативные барьеры как разнообразные факторы, наличие которых в акте коммуникации видоизменяет передаваемое коммуникатором сообщение либо ограничивает способность коммуниканта расшифровать его. Подходы к проблеме коммуникативных барьеров. Типологии барьеров. Способы преодоления барьеров.

Оптимизация процессов коммуникации. Выявление значимых изменяемых и неизменных параметров элементов коммуникации. Оптимизация коммуникации как приведение всех изменяемых параметров элементов коммуникативного процесса в положение, которое позволит данной системе максимально адаптироваться к условиям, задаваемым неизменными параметрами.

Литература по теме

«Структура процесса коммуникации: исследование и оптимизация»

1. *Калачева, И. И.* История и теория социальных коммуникаций: учеб.-метод. комплекс / И. И. Калачева, О. Е. Дмитриева. – Минск : БГУ, 2016. – 207 с.
2. *Лотман, Ю. М.* Внутри мыслящих миров. Человек – текст – семиосфера – история / Ю. М. Лотман. – М. : Языки русской культуры, 1996. – 464 с.
3. *Луман, Н.* Реальность массмедиа / Н. Луман. – М. : Канон+ : РООИ «Реабилитация», 2012. – 240 с.
4. *Назаров, М. М.* Массовая коммуникация в современном мире: методология анализа и практика исследований / М. М. Назаров; Ин-т социол. образования Рос. центра гуманитар. образования и др. – М. : УРСС, 1999. – 239 с.
5. *Почепцов, Г. Г.* Медиа: теория массовых коммуникаций / Г. Г. Почепцов. – Киев : Альтерпрес, 2008. – 403 с.
6. *Сидорская, И. В.* Теория коммуникации: учеб.-метод. комплекс для студентов фак. журналистики, обучающихся по спец. 1-23 01 07-01 «Информация и коммуникация (технологии коммуникации)» / И. В. Сидорская. – Минск : БГУ, 2008. – 163 с.
7. *Сидорская, И. В.* Оптимизация процесса коммуникации средства массовой информации с аудиторией: методологический аспект / И. В. Сидорская // Веснік БДУ. Сер. 4. – 2012. – № 1. – С. 87-91.
8. *Соловьев, А. И.* Современные технологии массмедиа: пособие / А. И. Соловьев. – Минск : БГУ, 2018. – 279 с.
9. *Эко, У.* Отсутствующая структура. Введение в семиологию / У. Эко. – СПб. : Symposium, 2004. – 544 с.

Тема 3. Становление науки о коммуникации

Формирование предпосылок для развития коммуникативного знания в европейской социально-философской мысли. Роль античной философии и

риторики в становлении коммуникативной теории и практики. Разработка немецкой классической философией принципиально важного для теории коммуникации категориального аппарата. Идеи Ф. Шлейермахера о субъектно-субъектном характере человеческой коммуникации. Герменевтический метод и «герменевтический круг».

Философия XX в. для развития идей о коммуникации: семиотика (Ч. Пирс), бихевиоризм (Д.Б. Уотсон), экзистенциализм (Ж.-П. Сартр, А. Камю, К. Ясперс, М. Хайдеггер), персонализм (Э. Мунье), лингвистическая философия (Л. Витгенштейн, Дж. Остин), символический интеракционизм (Д.Г. Мид, Г. Гарфинкель, И. Гофман), концепции информационного общества, идеи Г. Иниса и М. Маклюэна, лингвистические подходы (Р. Якобсон, Э. Сэпир, Б.Л. Уорф), семиотические идеи Р. Барта.

Основные этапы в развитии коммуникативного знания: информационной трансмиссии, «психологизации» коммуникации, социальные подходы к коммуникации. «Медиаповорот» в современных исследованиях коммуникации: развитие представлений о медиа, формирование медиалогии и философии медиа. Основные научные школы, исследователи, площадки для профессионального общения.

Литература по теме «Становление науки о коммуникации»

1. *Бакулев, Г. П.* Массовая коммуникация: Западные теории и концепции: Учеб. пособие для студентов вузов. – 2-е изд., перераб. и доп. / Г. П. Бакулев. – М., 2010. – 192 с.
2. *Брайант, Дж.* Основы воздействия СМИ: Пер. с англ. / Дж. Брайант, С. Томпсон. – М. : Издательский дом «Вильямс», 2004. – 432 с.
3. *Дзялошинский, И. М.* О современном состоянии и дальнейшем развитии сферы коммуникационных наук в России / И. М. Дзялошинский, А. В. Шариков // Медиаскоп. – 2017. – Вып. 3. – [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://www.mediascope.ru/2342>.
4. *Калачева, И. И.* История и теория социальных коммуникаций: учеб.-метод. комплекс / И. И. Калачева, О. Е. Дмитриева. – Минск : БГУ, 2016. – 207 с.
5. *Кастельс, М.* Галактика Интернет: Размышления об Интернете, бизнесе и обществе / М. Кастельс. – Екатеринбург : У-Фактория, 2004. – 328 с.
6. *Кастельс, М.* Информационная эпоха: экономика, общество и культура / М. Кастельс ; пер. с англ. под науч. ред. О. И. Шкаратана. – М. : ГУВШЭ, 2000. – 608 с.
7. *Кирия, И. В.* История и теория медиа: учебник для вузов / И. В. Кирия, А. А. Новикова; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». – М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2017. – 423 с.
8. *Клюканов, И. Э.* Коммуникативный универсум / И. Э. Клюканов. – М.: Российская политическая энциклопедия (РОССПЭН), 2010. – 256 с.
9. *Лотман, Ю. М.* Внутри мыслящих миров. Человек – текст – семиосфера – история / Ю. М. Лотман. – М. : Языки русской культуры, 1996. – 464 с.
10. *Луман, Н.* Реальность массмедиа / Н. Луман. – М. Канон+ : РООИ

«Реабилитация», 2012. – 240 с.

11. Медиа: между магией и технологией / Под ред. Н. Сосна, К. Федоровой. – Екатеринбург-Москва: Кабинетный ученый, 2014. – 380 с.

12. *Сидорская, И. В.* Теория коммуникации: учеб.-метод. комплекс для студентов фак. журналистики, обучающихся по спец. 1-23 01 07-01 «Информация и коммуникация (технологии коммуникации)» / И. В. Сидорская. – Минск: БГУ, 2008. – 163 с.

13. *Хабермас, Ю.* Моральное сознание и коммуникативное действие / Ю. Хабермас. – СПб. : Наука, 2006. – 380 с.

14. *Эко, У.* Отсутствующая структура. Введение в семиологию / У. Эко. – СПб. : Symposium, 2004. – 544 с.

Тема 4. Теория коммуникации в системе современного социально-гуманитарного знания

Междисциплинарный характер коммуникационного знания. Теория коммуникации как комплексная область современного научного знания, сочетающая в себе результаты исследований ряда наук и различные уровни освоения коммуникационной реальности. Предметное поле коммуникативистики. Роль философии, психологии, социологии, лингвистики, семиотики и других наук для расширения представлений о социальной коммуникации.

Объект и предмет теории коммуникации. Два подхода к определению предмета теории коммуникации. Общая теория коммуникации как самостоятельная наука. Коммуникативистика и коммуникология. Общая теория коммуникации, общая теория социальной коммуникации, общая теория биокоммуникации, частнонаучные теории коммуникации.

Теория коммуникации и теория медиакоммуникации. «Media studies», медиалогия, философия медиа в структуре современного социогуманитарного знания. Медиа как часть журналистики и филологии в советской и постсоветской научной традиции.

Коммуникативная и медиакоммуникативная компетентность. Медиакоммуникативная компетентность как интегративное профессиональное качество специалиста по медиакоммуникациям, синтез творческой работы с контентом, владения мультимедийными технологиями, навыками коммуникационного менеджмента и инновационно-исследовательскими компетенциями. Основные бакалаврские и магистерские программы по коммуникациям и медиакоммуникациям. Сферы и виды деятельности выпускников.

Литература по теме «Теория коммуникации в системе современного социально-гуманитарного знания»

1. *Вартанова, Е. Л.* О необходимости модернизации концепций журналистики и СМИ / Е. Л. Вартанова // Вестник Московского университета. Сер. 10 Журналистика. – 2012. – № 1. – С. 7-26.

2. *Вырковский, А. В.* Отечественный научный медиадискурс: структура, особенности, ключевые концепты / А. В. Вырковский, С. С. Смирнов // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10: Журналистика. – 2018. – № 5. – С. 27–47.
3. *Горохов, В. М.* Современный тезаурус теории журналистики (поиск терминологической ниши) / В. М. Горохов // Вестник Московского университета. Сер. 10 Журналистика. – 2012. – № 1. – С. 39-40.
4. *Дзялошинский, И. М.* О современном состоянии и дальнейшем развитии сферы коммуникационных наук в России / И. М. Дзялошинский, А. В. Шариков // Медиаскоп. – 2017. – Вып. 3. – [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.mediascope.ru/2342>.
5. Журналистика в информационном поле современной России: должное и реальное / О. А. Дмитриева, А. В. Колесниченко, Д. Ю. Кульчицкая и др. – М. : Аспект Пресс, 2018. – 174 с.
6. *Кирия, И. В.* История и теория медиа: учебник для вузов / И. В. Кирия, А. А. Новикова; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». – М. : Изд. дом Высшей школы экономики, 2017. – 423 с.
7. *Клюканов, И. Э.* Коммуникативный универсум / И. Э. Клюканов. – М.: Российская политическая энциклопедия (РОССПЭН), 2010. – 256 с.
8. *Корконосенко, С. Г.* Объект теории журналистики: взрывное развитие / С. Г. Корконосенко // Век информации. – 2018. – № 1. – С. 16–29.
9. *Лазутина, Г. В.* Термины – хранилище концепций / Г. В. Лазутина // Вестник Московского университета. Сер. 10 Журналистика. – 2012. – № 1. – С. 41-59.
10. Медиа: между магией и технологией / Под ред. Н. Сосна, К. Федоровой. – Екатеринбург-Москва: Кабинетный ученый, 2014. – 380 с.
11. *Пильгун, М. А.* Формирование контента в современном коммуникационном пространстве. Монография / М. А. Пильгун; Российский гос. социальный ун-т. – М. : Изд-во Российского гос. социального ун-та, 2012. - 166 с.
12. *Савчук, В. В.* Медиафилософия. Приступ реальности / В. В. Савчук. – СПб.: Издательство РХГА, 2013. – 350 с.
13. *Сидорская, И. В.* Теория коммуникации: учеб.-метод. комплекс для студентов фак. журналистики, обучающихся по спец. 1-23 01 07-01 «Информация и коммуникация (технологии коммуникации)» / И. В. Сидорская. – Минск : БГУ, 2008. – 163 с.
14. *Соловьев, А. И.* Современные технологии массмедиа: учеб. пособие / А. И. Соловьев. – Минск : БГУ, 2018. – 279 с.
15. *Фомичева, И. Д.* СМИ среди средств социальной коммуникации / И. Д. Фомичева // Вестник Московского университета. Сер. 10 Журналистика. – 2012. – № 1. – С. 27-38.
16. *Черных, А.* Ритуалы и мифы медиа / А. Черных. – М., СПб. : Гнозис Центр гуманитарных инициатив, 2015. – 159 с.

Тема 5. Коммуникация в современном медианпространстве

Социокультурная динамика как эволюция форм, способов и технологий

человеческой коммуникации. Культура устной речи, культура печатного текста, культура экрана. Формирование представлений о роли и значении медиопосредников в коммуникации.

Основные подходы к понятию «медиа». Медиа в концепции М. Маклюэна. Медиа и массмедиа. Медиа, средства массовой коммуникации, средства массовой информации: соотношение понятий. «Коммуникация» и «медиакоммуникация».

Понятие медиатизации общества, его предпосылки. «Медийный человек» как основная характеристика современной личности.

Понятие медиапространства как среды реализации современной коммуникации. Подходы к понятию «медиапространство». Современное медиапространство Беларуси, его особенности и тренды.

Литература по теме

«Коммуникация в современном медиапространстве»

1. *Бурдьё, П.* Социология социального пространства / П. Бурдьё // Пер. с франц.; отв. ред. перевода Н. А. Шматко. – М. : Институт экспериментальной социологии; СПб.: Алетейя, 2007. – 288 с.

2. *Быков, И. А.* Медиатизация политики в эпоху социальных медиа / И. А. Быков // Журнал политических исследований. – 2017. – Т. 1. – № 4. – С. 15-38.

3. *Дзялошинский, И. М.* Коммуникационные процессы в обществе: институты и субъекты: монография / И. М. Дзялошинский. – М. : Издательство АПК и ППРО, 2012. – 592 с.

4. *Дзялошинский, И. М.* Экология медиасреды: проблемы безопасности и рационального использования коммуникативных ресурсов. Монография / И. М. Дзялошинский и др. – М. : АПК и ППРО, 2015. – 176 с.

5. *Кастельс, М.* Галактика Интернет: Размышления об Интернете, бизнесе и обществе / Пер. с англ. А. Матвеева, под ред. В. Харитоновой // М. Кастельс. – Екатеринбург, 2004. – 328 с.

6. *Кирия, И. В.* История и теория медиа: учебник для вузов / И. В. Кирия, А. А. Новикова; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». – М. : Изд. дом Высшей школы экономики, 2017. – 423 с.

7. *Маккуэйл, Д.* Журналистика и общество. [Учебник для журналистов] / Пер. с англ. – М. : МедиаМир; Факультет журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова, 2013. – 368 с.

8. *Маклюэн, М.* Галактика Гутенберга: Становление человека печатающего / М. Маклюэн. – М. Академический Проект : Фонд «Мир», 2005. – 496 с.

9. Медиа: между магией и технологией / Под ред. Н. Сосна, К. Федоровой. – Екатеринбург-Москва: Кабинетный ученый, 2014. – 380 с.

10. Медиасфера Беларуси: Социологический аспект / под общ. ред. В. О. Дашкевича. – Минск: ИАЦ при АП РБ, 2014. – 98 с.

11. Мельников, Э. Р. Парадоксы медиа. Информация. Журналистика. Медиа. Общество. Основы медиаграмотности: популярно о сложном / Э. Р. Мельников; – Vilnius: Артефактас, 2016. – 312 с.

12. Назаров, М. М. Массовая коммуникация в современном мире: методология анализа и практика исследований / М. М. Назаров; Ин-т социол. образования Рос. центра гуманитар. образования и др. – М. : УРСС, 1999. – 239 с.
13. Ним, Е. Г. Медиапространство: основные направления исследований / Е. Г. Ним // Бизнес. Общество. Власть. – 2013. – № 14. – С. 31–41. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://elibrary.ru/item.asp?id=22286958>.
14. Новые медиа: социальная теория и методология исследований: словарь-справочник / отв. ред. О. В. Сергеева, О. В. Терещенко. – СПб.: Алетейя, 2015. – 264 с.
15. Сидорская, И. В. Институт публичных рилейшнз в развитии социодинамических процессов в Республике Беларусь / И. В. Сидорская. – Минск: БГУ, 2017. – 199 с.
16. Сидорская, И. В. Информационное пространство Республики Беларусь: особенности и тренды / И. В. Сидорская // Иппокрена. – 2017. – № 1 (30). – С. 22–35.
17. Соловьев, А. И. Современные технологии массмедиа: учеб. пособие / А. И. Соловьев. – Минск : БГУ, 2018. – 279 с.
18. Цымбаленко, Е. С. Трансформационные явления в медиакоммуникациях / Е. С. Цымбаленко // Universum: Филология и искусствоведение : электрон. науч. журн. 2014. – № 12. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://7universum.com/ru/philology/archive/item/1816>.
19. Чубаров, И. М. Медиа, медианаука и философия медиа / И. М. Чубаров // Логос: философско-литературный журнал. – 2015. – № 2 (104). – С. 92–105. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.intelros.ru/pdf/logos/2015_02/104_6.pdf.
20. Фомичева, И. Д. СМИ среди средств социальной коммуникации / И. Д. Фомичева // Вестник Московского университета. Сер. 10 Журналистика. – 2012. – № 1. – С. 27–38.
21. Черных, А. Ритуалы и мифы медиа / А. Черных. – М., СПб.: Гнозис Центр гуманитарных инициатив, 2015. – 159 с.

Тема 6. Медиаатранзит как основной механизм коммуникационной кампании в медиапространстве

Социодинамика медиапространства. Системный и синергетический подходы к исследованию медиапространства. Трактовка современного медиапространства как взаимодействия журналистики, связей с общественностью и рекламы.

Конструкционистский подход к роли медиа в обществе. Понятия медиакарьеры и медиаатранзита.

Медиаатранзит как основной механизм коммуникационной кампании в медиапространстве. Планирование коммуникационных кампаний в медиапространстве с учетом закономерностей эффективного медиаатранзита. Синергетический эффект журналистики и связей с общественностью в их

реализации.

Литература по теме «Медиатранзит как основной механизм коммуникационной кампании в медиапространстве»

1. *Бергер, П.* Социальное конструирование реальности. Трактат по социологии знания / П. Бергер, Т. Лукман. – М.: «Медиум», 1995. – 323 с.
2. *Бурдьё, П.* Социология социального пространства / П. Бурдьё // Пер. с франц.; отв. ред. перевода Н. А. Шматко. – М.: Институт экспериментальной социологии; СПб.: Алетейя, 2007. – 288 с.
3. *Луман, Н.* Реальность массмедиа / Н. Луман. – М. Канон+: РООИ «Реабилитация», 2012. – 240 с.
4. *Маккуэйл, Д.* Журналистика и общество. [Учебник для журналистов] / Пер. с англ. – М.: МедиаМир; Факультет журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова, 2013. – 368 с.
5. *Медиа: между магией и технологией* / Под ред. Н. Сосна, К. Федоровой. – Екатеринбург-Москва: Кабинетный ученый, 2014. – 380 с.
6. *Новые медиа: социальная теория и методология исследований: словарь-справочник* / отв. ред. О. В. Сергеева, О. В. Терещенко. – СПб.: Алетейя, 2015. – 264 с.
7. *Пильгун, М. А.* Формирование контента в современном коммуникационном пространстве. [Текст]: монография / М. А. Пильгун; Российский гос. социальный ун-т. – М.: Изд-во Российского гос. социального ун-та, 2012. – 166 с.
8. *Сидорская, И. В.* Институт паблик рилейшнз в развитии социодинамических процессов в Республике Беларусь / И. В. Сидорская. – Минск: БГУ, 2017. – 199 с.
9. *Социальные проблемы: конструкционистское прочтение* / Сост. И. Г. Ясавеев. – Казань: Изд-во Казанск. ун-та, 2007. – 276 с.
10. *Черных, А.* Ритуалы и мифы медиа / А. Черных. – М., СПб.: Гнозис Центр гуманитарных инициатив, 2015. – 159 с.
11. *Ясавеев, И.* Социальные проблемы и медиа: конструкционистское прочтение / И. Ясавеев. – LAP LAMBERT Academic Publishing GmbH&Co. KG, 2010. – 236 с.

1.3. Конспект лекций

Тема 1. Понятие и сущность процесса коммуникации

Слово «коммуникация» латинского происхождения, имеет общий корень с такими словами, как «коммунизм», «коммунар», «комьюнити», и переводится на русский язык «делаю общим», «связываю», «общаюсь».

Понятие «коммуникация» многозначно, оно имеет следующие основные значения:

1. Универсальное (предельно широкое): коммуникация – это способ связи любых объектов материального и духовного мира.

2. Техническое: коммуникация – путь сообщения, связь одного места с другим, средства передачи информации и других материальных и идеальных объектов из одного места в другое.

3. Биологическое: широко используется в биологии, особенно в разделе этологии, при исследованиях сигнальных способов связи у животных, птиц, насекомых и т. д.

4. Социальное: коммуникация – это многообразные связи и отношения, возникающие в человеческом обществе. В данном случае речь идет о *социальной коммуникации* – коммуникативных процессах в обществе.

В технической сфере слово «коммуникация» часто употребляется во множественном числе: например, трубы в трубопроводе – «коммуникации» – можно посчитать. Социальная же коммуникация – понятие неисчисляемое, поэтому употреблять множественное число здесь неуместно. Правильнее говорить о средствах, видах, способах коммуникации и ее участниках (например, «килограмм сахару», «чашка чаю», «разновидности коммуникации» и т. п.). Использование множественного числа в понятии «коммуникации и их разновидности» аналогично разговорному «два чая», «три кофе» и т. п.

Под коммуникацией на уровне здравого смысла обычно понимают *передачу* какой-либо информации (мыслей, идей, чувств) одному собеседнику от другого или от средств массовой информации. Более вдумчивый читатель может заметить, что коммуникация – это, скорее, *обмен* мыслями, знаниями, чувствами, схемами поведения и т. п. Следует отметить, что слова «передача» и «обмен» в данном случае являются явной метафорой. На самом деле мы ничего не «передаем» своему собеседнику – наши идеи и чувства остаются при нас, а собеседник ничего «не получает», – иначе чем тогда объяснить многочисленные нарушения коммуникации, когда собеседник неправильно нас понимает либо не может или даже не хочет понять. Если же мы обмениваемся идеями, чувствами и т. п., то я не лишаюсь своих, а собеседник – его, мы взаимно обогащаемся идеями и чувствами. Поэтому более корректно говорить, что при коммуникации мы хотим *поделиться* мыслями, *разделить* свои чувства (сравните англ. *exchange* и *share*). Даже в ситуации, когда один только говорит, а другой только слушает, коммуникация – это взаимодействие, и каждый из его

участников оказывает влияние на ход этого взаимодействия. Коммуникация не есть просто передача/прием информации, это создание некой общности, некой степени взаимопонимания между участниками. Указанное различие – весьма существенное замечание, разделяющее два подхода к коммуникации: механистический и деятельностный. В *механистическом подходе* под коммуникацией понимается однонаправленный процесс кодирования и передачи информации источником. *Деятельностный подход* коммуникацию понимает как совместную деятельность участников коммуникации, в ходе которой вырабатывается общий (до определенного предела) взгляд на вещи и действия с ними. Между этими подходами есть существенные различия: механистический рассматривает человека как механизм, действия которого могут быть описаны определенными конечными правилами, контекст внешней среды коммуникации здесь рассматривается как шум, помехи; для деятельностного подхода характерны процессуальность, континуальность, контекстуальность. Конечно, последний подход ближе к реальной жизни и более гуманистичен. В то же время для удобства можно пользоваться и механистическими метафорами («передача информации», «обмен информацией»), не забывая при этом об их условности.

Начиная с 1980-х гг., коммуникация рассматривается уже не только как интерактивный, но как трансактный процесс. Это означает, что любой субъект коммуникации является отправителем и получателем сообщения не последовательно, а одновременно, и что любой коммуникативный процесс включает в себя помимо настоящего (конкретной ситуации общения) непременно и прошлое (пережитый опыт), а также проецируется в будущее. Несмотря на то, что большинство коммуникативных ситуаций имеют четко определяемые начало и конец, мы, тем не менее, не знаем, где, когда, с кем и каким образом разговор с одним партнером может получить продолжение в наших отношениях-общениях с другими людьми. В этом смысле мы участвуем в процессе общения бесконечно, и границы нашего «коммуницирования» не всегда можно четко определить.

Таким образом, дать достаточно простую и в то же время емкую формулировку понятия «коммуникация» довольно трудно. Пожалуй, любая из них потребует дополнительных разъяснений. Тем не менее, с нашей точки зрения, наиболее удачным является следующее определение: *коммуникация* – это процесс социального взаимодействия между людьми, взятый в своей знаковой форме.

Любой коммуникативный акт, даже самый элементарный, «примитивный», не сводится лишь к передаче сообщения, а всегда предполагает наличие обратной связи, отношения понятости как адекватной реакции на сообщение. Иными словами, коммуникация – это всегда диалог, обмен мнениями, сообщениями, информацией и т. д.

*См. Приложение 1.

Тема 2. Структура процесса коммуникации: исследование и оптимизация

Процесс коммуникации может приобретать различные формы в зависимости от числа участников и их целей, используемых каналов, средств, стратегий и пр. Отсюда и большое количество моделей коммуникации, представленных в научной литературе. Следует иметь в виду, что модели в коммуникативистике используются в двух смыслах: во-первых, как исследовательский прием, основной целью которого является объяснение коммуникативных процессов; во-вторых, как схематизированное, упрощенное отражение реального коммуникативного процесса, необходимое в качестве инструмента, ориентированного, в первую очередь, на управление моделируемым процессом.

Моделирование – метод изучения объектов с помощью исследования их моделей. По характеру моделей выделяют предметное и знаковое (информационное) моделирование. При знаковом моделировании моделями служат схемы, чертежи, формулы, предложения некоторого языка и т. п.

Возможность моделирования, т. е. переноса результатов, полученных в ходе построения и исследования моделей, на оригинал, основана на том, что модель в определенном смысле отображает какие-либо стороны, свойства оригинала. Для успешного моделирования этих сторон и свойств важно наличие соответствующих теорий или гипотез, которые, будучи достаточно обоснованными, указали бы на рамки допустимых при моделировании упрощений.

В арсенале коммуникативистики большое количество моделей, каждая из которых по-своему отражает структуру, элементы и динамику процесса коммуникации. Рассмотрим некоторые, наиболее важные, с точки зрения изучения процессов коммуникации модели. Большинство из них было создано в XX веке. Но первую из известных моделей предложил еще Аристотель.

Термин «обратная связь» пришел в теорию коммуникации из кибернетики – науки о процессах управления в различных системах. Обязательным элементом всякой саморегулирующейся системы, с точки зрения кибернетики, является обратная связь, представляющая собой процесс получения системой информации о последствиях решений и действий системы таким образом, чтобы в случае необходимости изменить ее поведение и приблизить к поставленной цели.

Именно благодаря использованию принципа обратной связи кибернетика стала общей теоретической основой решения проблем обработки информации и управления. Для теории коммуникации принципиально важны следующие особенности обратной связи, которая представляет собой: контролирующее (регулирующее) обратное воздействие; воздействие, обусловленное передачей информации; воздействие, имеющее своей конечной целью повышение организованности системы.

В теории коммуникации под обратной связью понимают ответную реакцию получателя на сообщение источника, набор откликов получателя, которые возникают в результате контакта с обращением. Благодаря обратной связи коммуникация становится двусторонним процессом, позволяя обеим сторонам корректировать свои цели и поведение по отношению друг к другу.

Обратная связь в ходе социальной коммуникации отлична от аналогичных процессов в автоматических системах, так как ответная реакция получателя не может быть предсказана с абсолютной точностью.

Именно благодаря обратной связи источник информации узнает, достигнут желаемый результат коммуникации (положительная обратная связь) или сообщение вызвало не ту реакцию, на которую рассчитывал источник (отрицательная обратная связь). Безусловно, для повышения эффективности коммуникации отрицательная обратная связь имеет даже большее значение, чем положительная.

Барьеры коммуникации – разнообразные факторы, наличие которых в акте коммуникации видоизменяет передаваемое коммуникатором сообщение либо ограничивает способность коммуниканта расшифровать его, в результате чего не обеспечивается эффективный обмен информацией.

Сегодня в научной литературе существуют две основные точки зрения на проблему коммуникативных барьеров. Согласно первой, все то многообразие факторов, которые снижают эффективность коммуникативного процесса, называется барьерами (шумами, помехами) коммуникации. В соответствии со второй точкой зрения различают барьеры и фильтры коммуникации. Барьеры – это факторы, которые препятствуют и даже делают невозможным осуществление данного коммуникативного акта, фильтры – факторы, которые, не препятствуя данному акту коммуникации, видоизменяют его, снижая тем самым его эффективность. Общим в обеих точках зрения является понимание барьеров коммуникации как причины неадекватной расшифровки сообщений и невозможности установления полноценной обратной связи.

Разные исследователи выделяют различные типы барьеров, выстраивая порой достаточно внушительные классификации. На наш взгляд, наиболее адекватной и, что немаловажно, логически простой является следующая:

1. барьеры, обусловленные факторами среды;
2. каналные барьеры;
3. «человеческие» барьеры коммуникации, которые в свою очередь можно разделить на психофизиологические и социокультурные.

*См. Приложение 2.

Тема 3. Становление науки о коммуникации

Если для белорусской системы образования теория коммуникации – сравнительно новая учебная и научная дисциплина, то за рубежом, в частности, в университетах Европы и США, уже сложилась определенная традиция ее преподавания. Там в качестве самостоятельной академической дисциплины

указанная область научного знания сформировалась в середине XX века и стала развиваться столь же быстрыми темпами, как и вызвавшая ее к жизни электронно-коммуникационная революция. В течение нескольких десятилетий там читаются курсы по теории коммуникации, сложился круг авторитетных специалистов и школ, издается большое количество учебной и научной литературы.

В становлении современной теории коммуникации эволюционно можно выделить несколько этапов, или «поколений», принесших свои особенности в понимание феномена коммуникации. Несмотря на то, что исследования, которые мы сегодня относим к коммуникативным, проводились на протяжении всего XX века в рамках различных социальных наук, после Второй мировой войны одновременно с развитием физико-математических наук и информационных технологий стали оформляться новые подходы к изучению феномена коммуникации. Характерным для этих подходов было рассмотрение коммуникации как передачи информации, где необходимыми составляющими признавались источник информации, сообщение, получатель информации, канал передачи и шум. Пример – математическая модель коммуникации Шеннона-Уивера, описывающая коммуникацию как процесс передачи информации от источника получателю. Модель получила широкое распространение как *модель информационной трансмиссии*. Даже сегодня, несмотря на признанные ограничения, акцентирующие линейный, однонаправленный характер коммуникации, эта модель используется в коммуникативной теории и практике, особенно в массовой коммуникации.

В теории коммуникации 1950–1960-х гг. происходит «психологизация» коммуникации, когда она начинает все больше рассматриваться в качестве человеческой коммуникации. Формируется отрасль дисциплины, известная сегодня как межличностная коммуникация. Заметный вклад в развитие этого направления внесли антропологи, психологи, психиатры и психотерапевты, среди них – антрополог Г. Бейтсон и калифорнийская группа исследователей (школа Пало-Альто) во главе с психотерапевтом Полем Вацлавиком. В их подходах коммуникация рассматривается, прежде всего, как *взаимодействие*, признается, что каждый из участников оказывает влияние на ход этого взаимодействия. Подчеркивается, что коммуникация есть не просто передача/прием информации, а создание некой общности, некой степени взаимопонимания между участниками. Акцентируется необходимость обратной связи и наложения сфер личного опыта («тезауруса», «контекста») в создании взаимопонимания. В этой связи особое внимание отводится проблеме генерирования смысла в коммуникативном взаимодействии.

Следующий этап в становлении теории коммуникации, включающий и настоящее время, характеризуется расширением системного подхода к анализу коммуникации, которая рассматривается как *социальный процесс*. Подчеркивается ее не просто интерактивный, но трансактный характер.

Что касается постсоветских стран, то, вступив, с одной стороны, на путь демократических преобразований всех сфер общества, а с другой – в информационный век, мы по-иному смотрим теперь на такую науку, как теория

коммуникация. По меткому выражению исследовательницы Т. Пановой, падчерица советского периода сегодня становится принцессой. Это превращение связано с переходом от армейского варианта иерархической коммуникации, в котором роль и статус получателя информации значительно ниже аналогичных источника, к новому, демократическому, когда аудитория перемещается с пассивных на активные позиции. В добавление к вертикальной прямой связи, направленной сверху вниз, где мы уже достаточно преуспели в советское время, приходит обратная, значительно повышающая роль получателя информации, а также возрастает значение горизонтальных взаимодействий.

Из ситуации, когда коммуникативные навыки не были нужны ни отдельным людям, ни большим социальным группам, мы оказались в обществе, в котором – причем во всех сферах: политической, деловой, профессиональной, межкультурной, межличностной – коммуникация между различными субъектами все более востребуется. Так, в политике приметами современности становятся увеличение числа и качественного разнообразия субъектов политической коммуникации, выравнивание их статусов, преодоление разрыва между формальной и неформальной подсистемами, возрастание значения общественного мнения и развитие обратной связи. В экономике в противовес плановому распределению развивается рынок, и коммуникация между субъектами рыночных отношений приобретает все большее значение. Появление маркетинга и маркетинговых коммуникаций демонстрирует поворот в вопросе экономической состоятельности предприятий от качества производимого товара или услуги к комплексу усилий по их продвижению, т. е. к коммуникации с потребителями, дилерами, дистрибьюторами. Аналогичная ситуация складывается и внутри предприятия: основным навыком эффективных менеджеров становится умение успешно коммуницировать, так как до 80 % их рабочего времени приходится на профессионально-деловое общение.

В современных условиях отношение к коммуникации кардинальным образом изменилось, потому что от уровня знаний и навыков в этой области непосредственно зависят как индивидуальные, так и совокупные результаты. Перед субъектами различной степени общности стоит новая задача – как объединить социальные группы с автономным поведением, как достичь консенсуса. Система иерархической коммуникации, где главным компонентом был приказ, стала меняться на систему демократической коммуникации, где основой становится убеждение и взаимопонимание.

Таким образом, сам факт востребованности коммуникации как повседневного навыка, специализированной компетенции и междисциплинарного научного дискурса является признаком кардинальных общественных трансформаций.

**См. Приложение 3.*

Тема 4. Теория коммуникации **в системе современного социально-гуманитарного знания**

Вопрос об объекте и предмете теории коммуникации является дискуссионным. В его решении обозначаются два подхода.

Первый подход к определению предмета теории коммуникации как совокупности коммуникационных феноменов и процессов и соответствующем комплексе знаний отражает ситуацию, когда нет одной теории коммуникации, но есть много теорий коммуникации. У такого подхода есть достоинства: предметное поле теории с появлением новых знаний всегда можно расширить; возникает представление о целостном, всестороннем освоении изучаемого объекта с привлечением данных разных наук. Но при этом может быть поставлено под вопрос само существование теории коммуникации как самостоятельной дисциплины, отличной от детального исследования разных сторон коммуникации в рамках других наук, а предмет исследования попросту заменяется объектом.

Второй подход предполагает, что наряду с другими науками, в число интересов которых попадают коммуникационные процессы, должна существовать общая теория коммуникации, изучающая коммуникацию не в ряду прочих объектов, как, например, философия, психология, социология и др., а в качестве единственного и основного объекта. Такая теория рассматривает коммуникацию как многомерную систему, выявляя в ней внутренние, присущие любой ее форме механизмы, устойчивые связи и отношения. В этом смысле теория коммуникации со своими обобщающими положениями, объясняющими устойчивые и необходимые внутренние механизмы коммуникации, охватывает все виды коммуникации, все феномены и процессы (социальные, биологические, технологические) и, как общая теория коммуникации, она аккумулирует и интегрирует результаты, полученные с помощью теоретического арсенала других наук.

Между тем эти подходы к определению предмета теории коммуникации не противоречат, а, наоборот, дополняют друг друга. Таким образом, в самом широком смысле теория коммуникации включает в себя все коммуникационное знание, представляя собой комплекс дисциплин, изучающих коммуникацию наряду со своим основным предметом (*коммуникативистика*), тогда как в более строгом значении теория коммуникации связана лишь с универсальными механизмами и закономерностями информационного обмена (*коммуникология*).

Имея общий объект – информационный обмен между системами самого разного типа (биологическими, социальными, техническими), каждая из перечисленных теорий вычленяет в этом объекте свой предмет, соответствующий ее целям и задачам.

Итак, коммуникация – сложное и многогранное явление, представляющее собой необходимое условие и фундаментальную основу существования человеческого общества и природных сообществ. Этим объясняется

пристальное внимание, которое уделяют проблемам коммуникации социальные, гуманитарные, естественные и технические науки. Теория коммуникации представляет собой многоуровневую систему коммуникационного знания, в которой каждый из уровней обобщает и интегрирует теоретические результаты исследований коммуникационных процессов в природе и обществе, достигнутые другими науками. Теория коммуникации является самостоятельной наукой со своим предметом, категориальным аппаратом, законами и методами исследования коммуникационных процессов.

*См. Приложение 4.

Тема 5. Коммуникация в современном медиaprостранстве

Человек отличается от животных в том числе тем, что очень много приобретает в процессе своей социализации. По наследству человек получает очень бедный запас простейших программ деятельности – дыхательных, глотательных, хватательных и иных рефлексов, обеспечивающих его выживание. Все остальное он приобретает путем приобщения к культуре благодаря созданию специальных механизмов коммуникации. К ним относятся устная и письменная речь, образовательные институты, система всевозможных культурных учреждений и др. В культуре важно не только совокупность идей, норм ценностей, но и способы их функционирования и трансляции во времени и пространстве. Именно это свойство культуры – сохраняться и транслироваться не генетическими структурами, а благодаря созданию специальных институтов и механизмов общения – лежит в основе *коммуникативного подхода* к ее анализу. Коммуникацию правомерно трактовать в качестве особой технологии кодирования, трансляции и воспроизводства информации. Форма этой технологии может быть устной, письменной или экранной (аудиовизуальной). Соответственно мы можем говорить о коммуникации посредством устной речи; коммуникации посредством письменных и печатных текстов и коммуникации, основанной на использовании мощных современных технических средств массовой информации с кинематографом, телевидением и компьютером в качестве ядра.

Каждому типу коммуникации соответствует (по этому критерию) некоторый тип культуры, обладающий рядом особенностей. Это культура, основанная на личном общении посредством устной речи; письменная, или книжная, культура, основанная на коммуникации через текст, и аудиовизуальная, или экранная, культура, основанная на коммуникации посредством экрана (кинематографа, телевидения, компьютера).

Понятие «медиа» трактуется исследователями в двух основных смыслах: как все то, что опосредует связь человека с миром (в концепции «внешнего расширения человека» Г. Маклюэна), так и в качестве устройства, собирающего, хранящего и передающего информацию на расстоянии. Маклюэн причислял к медиа такие феномены, как электрический свет, устная речь,

письмо, дороги, числа, одежда, жилище, город, деньги, часы, печать, книга, реклама, колесо, велосипед, автомобиль, самолет, фотография, игры, пресса, телеграф, пишущая машинка, телефон, фонограф, кино, радио, телевидение, оружие и многое другое. Объединяет все это многообразие то, что это «технологии», или «посредники», введение которых вносит существенные изменения в коммуникацию человека с окружающим миром и реорганизует его способ мировосприятия и образ жизни. Понятие медиа акцентирует связь между содержанием и технологией его выражения, отправителем информации и ее получателем, когда во взаимодействии происходит изменение и информации, и участников коммуникации, и самого медиа.

В соответствии со второй трактовкой «медиа» как особый набор технических средств коммуникации превращается в «массмедиа», «медиакоммуникация» – в технически опосредованную коммуникацию, а «медиапространство» – в совокупность всех СМИ, осуществляющих информационное вещание на определенной территории. По нашему мнению, такой подход сужает исследовательское поле, по существу приравнивая предмет к объекту, тогда как логичным представляется более широкий взгляд на вещи, в частности, через информационно-коммуникационное взаимодействие различных медиаинститутов (в том числе СМИ), индивидов, групп и организаций. Тогда исследование медиапространства будет требовать привлечения знаний и методов из смежных областей – философии, культурологии, социологии и др. Если же медиапространство воспринимается как система средств массовой информации – традиционных и новых, то целесообразно рассматривать этот феномен как часть, сегмент информационного пространства – на основе того, что собирают, обрабатывают, производят, интерпретируют и распространяют информацию в медиапространстве печатные и электронные СМИ.

**См. Приложение 5.*

Тема 6. Медиаатранзит как основной механизм коммуникационной кампании в медиапространстве

Если до недавнего времени утверждения-требования, идентифицирующие наличие социальных проблем, выдвигались в основном с помощью общественных движений, митингов, технологий и групп лоббирования, с участием официальных лиц и правительственных органов, то сейчас для актуализации социальных проблем используются прежде всего разнообразные информационно-коммуникационные технологии. На современном этапе наиболее актуальные и масштабные, затрагивающие каждого члена общества социальные идеи находят свою идентификацию через продвижение с помощью средств массовой коммуникации. Сегодня определенное положение дел может быть воспринято обществом как актуальная социальная проблема только при должном его представлении в публичном пространстве с помощью медиасредств. Стремление субъектов, способствующих решению социальных

проблем – представителей общественных организаций, активистов, экспертов, – «попасть в медиа» следует рассматривать как осознание конструкционистских возможностей последних. Однако очень редко носители инновационного знания имеют стратегию взаимодействия со СМИ, значительно чаще их контакты носят разовый, несистемный характер. Это происходит прежде всего потому, что субъекты-инноваторы не осознают необходимости присутствия в средствах массовой информации в течение длительного времени и в нужном формате, рассматривают взаимодействие со СМИ не как процесс, а как единичный акт, удивляясь впоследствии его незначительному эффекту. Нахождение проблемы в медийном поле – это многоцелевой процесс ее развертывания, подверженный возвратам и изменениям (в соответствии с моделью «диффузии инноваций» Э. Роджерса), проходящий ряд стадий, границы между которыми достаточно проницаемы. Для того чтобы проблема была осознана обществом в качестве таковой, необходимо осуществить ее эффективный «медиатранзит»: проблема не только должна «попасть в СМИ» – что уже достаточно сложно в условиях конкуренции за место на «публичных аренах» (С. Хилгартнер, Ч. Боск) в силу ограниченной «пропускной способности» медиа, но и успешно реализовать свою «медиакарьеру». Это означает, что освещение проблемы в СМИ – длительный процесс, состоящий из ряда этапов, практически совпадающих с обозначенными Р. Фуллером и Р. Майером: легитимизация проблемы; мобилизация сил общественности для активных действий по разрешению проблемы; появление официальной реакции и разработка институционального плана действий; осуществление и коррекция плана. На каждом из этих этапов решается своя задача, что требует применения адекватных журналистских техник и приемов. Так, *на начальной стадии*, целью которой является признание проблемы обществом, оценка ситуации не как частного случая, рокового стечения обстоятельств или чьей-то злой воли, а неизбежного, закономерного итога развития событий, необходимо привлечь к проблеме внимание. Для этого нужно предоставить журналистам как можно больше различных кейсов, иллюстрирующих проблему с разных сторон, причем кейсы должны быть яркими и драматичными, включающими эмоциональную реакцию на ситуацию. На этой стадии действуют такие принципы репрезентации социальной проблемы, как «конструирование широко распространенного условия», «представление проблемы как кризиса, эпидемии, катастрофы» и «персонализация проблемы». В ее освещении преобладают материалы информационных жанров (репортаж, заметка, корреспонденция, отчет), в которых в качестве главных действующих лиц фигурируют непосредственные участники проблемы. Результат «медиатранзита» на данной стадии – легитимизация проблемы.

Вторая стадия – проблема становится центром общественных обсуждений, люди ищут пути выхода. Цель репрезентации проблемы на этой стадии – поиск ее оптимального решения, в том числе институционального, что невозможно без привлечения внимания соответствующих органов государственного управления. «Эстафету» от информационных жанров

принимают аналитические (расследование, беседа, обозрение, статья), в текстах преобладают статистические данные, результаты исследований, прогнозов, героями журналистских публикаций становятся не только их непосредственные участники, но и эксперты из общественных организаций, сферы науки и образования, представители органов власти. Часто на данной стадии, если субъекты-инноваторы не прилагают достаточных усилий, чтобы обеспечить медиа соответствующим информационным материалом и необходимыми контактами, возникают проблемы с медиатранзитом. Тогда происходит «торможение» проблемы, у аудитории возникает психологическая усталость от получения значительного количества негативной информации, эмоции, ограничиваясь приватной сферой, не находят выхода в виде рациональных решений, и наступает фрустрация – люди ощущают, что их ожидания по решению проблемы, несмотря на их активное участие, не реализованы. «Торможение» проблемы влечет за собой и долговременные негативные последствия: на следующем витке ее обсуждения, который неизбежно через некоторое время наступит, проблема лишится привлекательности новизны, незатертости, свежести, станет восприниматься как «навязшая в зубах», «вечная», не стоящая траты сил и ресурсов.

Третья стадия – появление официальной реакции на проблему, желательно – разработка институционального плана действий. Ее цель – принятие соответствующего законодательного или нормативного документа, внесение изменений в принятые. Здесь также возможны сложности, связанные как с «перегревом» проблемы, когда общество готово к принятию соответствующих решений, но они по каким-либо причинам не принимаются, так и с «перепрыгиванием» стадий, когда решение государством принимается или готовится к принятию, но общество без соответствующего просвещения, в том числе в форме дискуссий на предыдущей стадии, может оказаться не готово к добровольной и осознанной реализации данного решения. Если «перегрев» проблем случается достаточно часто и его негативные последствия очевидны, то «перепрыгивание» стадий реже становится объектом критической рефлексии, однако его последствия также отрицательны. Так, для него характерно отсутствие консенсусного состояния: общественность сходится на том, что «нужно что-то делать», но что именно – пока неясно, в результате общество достигает этого состояния «от противного», критикуя и отрицая официальный план. Зачастую эта критика бывает чрезмерной, не позволяет уловить рациональные зерна решений. Энергия критики и несогласия оставляет психологическое ощущение «проделанной работы», хотя она может остаться и незавершенной. Знание о проблеме и переживание ее заменяют действие.

Четвертая стадия – осуществление и коррекция плана действий по решению проблемы. Что изменилось в жизни конкретных людей, социальных групп, общества в целом после вступления в силу соответствующего решения – именно этому должны быть посвящены на данном этапе медийные выступления. Способствовали ли принятые государством меры принципиальному решению проблемы либо речь идет о незначительной динамике? Какие позитивные трансформации вызвало к жизни данное

решение? Очень важно появление в СМИ «историй успеха», которые демонстрируют, как герои преодолели проблему, что нового благодаря принятым мерам произошло в их жизни. И, конечно, средства массовой информации должны активно обсуждать, что еще необходимо сделать для решения проблемы.

Если же «стадиальность» освещения социальных проблем в СМИ не учитывается их акторами, действующими без разработки соответствующей коммуникационной стратегии, медиакарьера проблемы складывается стихийно. Это означает, что целенаправленное движение проблемы останавливается чаще всего уже на этапе «попадания в медиа», когда представители общественных организаций считают свое взаимодействие со СМИ реализованным, и необходимые решения по ее разрешению не принимаются. Те же общественные объединения, которые прибегают к услугам обладающего необходимой квалификацией специалиста по связям с общественностью, достигают в своей деятельности значительно больших результатов. Знание основ взаимодействия со СМИ и владение соответствующими технологиями позволяют заинтересовать в освещении проблемы журналистов из различных изданий, на высоком экспертном уровне и одновременно доступно ее представить, составить план ее эффективного медиатранзита.

**См. Приложение 6.*

2. ПРАКТИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ

Содержание семинарских занятий

Методы работы на семинарских занятиях

В ходе семинарских занятий при организации образовательного процесса используется *метод учебной дискуссии*, который предполагает участие обучающихся в целенаправленном обмене мнениями, идеями для предъявления и/или согласования существующих позиций по определенной проблеме. Использование метода обеспечивает появление нового уровня понимания изучаемой темы, применение знаний (теорий, концепций) при решении проблем, определение способов их решения.

Применение *практико-ориентированного подхода* предполагает:

- освоение содержания образования через решение практических задач;
- приобретение навыков эффективного выполнения разных видов профессиональной деятельности;
- ориентацию на генерирование идей, реализацию групповых студенческих проектов, развитие предпринимательской культуры;
- использование процедур, способов оценивания, фиксирующих сформированность профессиональных компетенций.

При организации образовательного процесса используется *метод анализа конкретных ситуаций (кейс-стади)*, который направлен на:

- приобретение обучающимися знаний и умений для решения практических задач;
- анализ ситуации с применением профессиональных знаний, собственного опыта, дополнительной литературы и других источников.

Тема 1. Понятие и сущность процесса коммуникации

Формы контроля знаний: опрос, учебная дискуссия, направленная на развитие критического мышления (представление мнений и аргументация позиции), работа в малых группах (обсуждение позиции, выработка аргументации, представление).

Вопросы для обсуждения:

1. Дайте определение понятию «коммуникация». Охарактеризуйте многообразие уровней этого определения.
2. Какие подходы к пониманию процесса социальной коммуникации вы можете выделить? В чем специфика каждого из них?
3. Что означает знаковость коммуникации? Почему обмен знаками составляет ядро теории коммуникации?
4. Почему социальная коммуникация невозможна без обратной связи?
5. Какие точки зрения на проблему соотношения терминов «коммуникация» и «общение» вы знаете? Какой точки зрения придерживаетесь вы? Почему?

6. Почему коммуникация представляет собой субъектно-субъектное взаимодействие?

Тема 2. Структура процесса коммуникации: исследование и оптимизация

Формы контроля знаний: опрос, учебная дискуссия, направленная на развитие критического мышления (представление мнений и аргументация позиции), анализ кейс-стади (конкретных коммуникативных ситуаций).

Вопросы для обсуждения:

1. Каков эвристический потенциал метода моделирования в теории коммуникации?

2. Чем обусловлено многообразие коммуникативных моделей? Возможно ли создание универсальной коммуникативной модели?

3. Кратко охарактеризуйте основные элементы коммуникативного процесса.

4. Назовите характеристики эффективного коммуникатора. На ваш взгляд, являются ли они универсальными или будут меняться в различных коммуникативных ситуациях?

5. Почему «кодирование» и «декодирование» информации на самом деле есть разновидности «перекодирования»?

6. Каково значение обратной связи в коммуникации? Что может служить проявлением обратной связи в разных типах коммуникации?

7. Назовите основные классификации коммуникативных барьеров. Какие барьеры, на ваш взгляд, наиболее сложно избежать или преодолеть?

Аудиторная УСР по данной теме – письменная работа на основе анализа конкретных ситуаций с выработкой вариантов решений методом мозгового штурма в малых группах. Форма контроля – оценка анализа конкретных ситуаций и предложенных решений в ходе занятия.

Тема 3. Становление науки о коммуникации

Формы контроля знаний: опрос, учебная дискуссия, направленная на развитие критического мышления (представление мнений и аргументация позиции).

Вопросы для обсуждения:

1. Какие предпосылки лежат в основе формирования «коммуникативного поворота» в социально-гуманитарных исследованиях? Почему теория коммуникации возникает только в середине XX столетия, но опирается на все предшествующие идеи?

2. Как развивались коммуникативные исследования в Советском Союзе? На каких проблемах они концентрировались? Почему?

3. Расскажите о развитии теории коммуникации в Беларуси. Какие научные школы, каких исследователей в этой области вы знаете? Где идет подготовка специалистов в области коммуникации?

4. Что необходимо, на ваш взгляд, предпринять для активизации коммуникационных исследований в нашей стране?

5. Раскройте значение основных философских течений XX века для становления теории коммуникации. Какие школы оказали, на ваш взгляд, наибольшее влияние?

6. Проследите эволюцию представлений о коммуникации. В чем специфика социальных подходов к коммуникации?

7. Почему подход «информационной трансмиссии» сохраняет свою актуальность?

Тема 4. Теория коммуникации в системе современного социально-гуманитарного знания

Формы контроля знаний: опрос, учебная дискуссия, направленная на развитие критического мышления (представление мнений и аргументация позиции).

Вопросы для обсуждения:

1. Объясните, чем вызван рост научного интереса к коммуникативной проблематике.

2. Какие научные дисциплины исследуют проблемы коммуникации?

3. Попробуйте определить место теории коммуникации в системе социогуманитарного и естественнонаучного знания.

4. Как соотносятся понятия «теория коммуникации», «теория социальной коммуникации», «теория медиакоммуникаций», «коммуникативистика» и «коммуникология»?

5. Определите объект и предмет теории медиакоммуникаций. Какие подходы вам известны к определению объекта и предмета теории медиакоммуникаций?

6. Охарактеризуйте основные законы теории коммуникации. Как проявляет себя закон необходимости не менее двух участников коммуникационного взаимодействия в автокоммуникации (рефлексии)?

Внеаудиторная УСР по данной теме – подготовка рефератов по одной из предложенных тем.

Тема 6. Медиатранзит как основной механизм эффективной коммуникационной кампании в медиaprостранстве

Формы контроля знаний: учебная дискуссия, направленная на развитие критического мышления (представление мнений и аргументация позиции), анализ кейс-стади (конкретных коммуникативных ситуаций), работа в малых группах (подготовка к УСР).

Вопросы для обсуждения:

1. Как вы понимаете понятия «медиакарьерера» и «медиатранзит»? В чем сходства и отличия между ними?

2. Какие этапы характерны для эффективного медиатранзита? Какие сложности могут затормозить транзит на каждой из стадий?

3. В чем опасность «перегретых» и «недогретых» социальных проблем?

4. Какие способы помогут преодолеть сложности на каждом из этапов медиатранзита?

5. В чем роль связей с общественностью в обеспечении эффективного медиатранзита актуальной социальной проблемы?

Внеаудиторная УСР по данной теме – письменная работа проектного типа на основе анализа конкретных ситуаций с выработкой вариантов решений методом мозгового штурма в малых группах. Форма контроля – обсуждение письменной работы на образовательном портале.

3. РАЗДЕЛ КОНТРОЛЯ ЗНАНИЙ

Перечень рекомендуемых средств диагностики и методика формирования итоговой оценки

1. Устный опрос

Оценка за опрос на семинарских занятиях включает:

- ответ (полнота ответа) – 60 %;
- постановку вопросов – 20 %;
- участие в дискуссии, дополнения и замечания – 20 %.

2. Письменная работа проектного типа.

Оценка письменной работы включает:

- полнота изложенной информации, включающая привлечение знаний из различных областей – 40 %
- ясность, логичность, доказательность, непротиворечивость, корректность используемых методов исследования – 60 %.

3. Эссе.

Оценка эссе включает:

- четко сформулированная авторская позиция – 15 %;
- наличие аргументов и доказательств в поддержку авторской позиции – 25 %;
- полнота раскрытия темы – 20 %;
- структурированность и логичность изложения – 25 %;
- приведение необходимых ссылок на обсуждаемые тексты – 15 %.

4. Реферат.

Оценка реферата включает:

- содержание реферата (степень знакомства автора с актуальным состоянием изучаемой проблематики, полнота цитирования источников, степень использования в работе результатов исследований и установленных научных фактов, новизна поданного материала и рассмотренной проблемы, уровень владения тематикой и научное значение исследуемого вопроса) – 70 %;
- структура реферата (логичность подачи материала, грамотность автора, правильное оформление работы, должное соответствие реферата всем стандартным требованиям) – 30 %.

При формировании итоговой оценки используется рейтинговая оценка знаний магистранта, дающая возможность проследить и оценить динамику процесса достижения целей обучения. Рейтинговая оценка предусматривает использование весовых коэффициентов для текущего контроля знаний и текущей аттестации обучающихся по дисциплине.

Примерные весовые коэффициенты, определяющие вклад текущего контроля знаний и текущей аттестации в рейтинговую оценку:

- ответы на семинарах, участие в дискуссии, решение ситуационных задач – 25 %;
- написание эссе – 25 %;

- подготовка реферата – 20 %;
- письменная работа – 30 %.

Рейтинговая оценка по дисциплине рассчитывается на основе оценки текущей успеваемости и экзаменационной оценки с учетом их весовых коэффициентов. Оценка по текущей успеваемости составляет 60 %, экзаменационная оценка – 40 %.

Примерный перечень заданий для управляемой самостоятельной работы магистрантов

Аудиторная УСР

Тема 2. Структура процесса коммуникации: исследование и оптимизация (2 час.)

Форма контроля – письменная работа проектного типа.

Тема письменной работы: «Оптимизация коммуникации конкретной организации с целевыми аудиториями». Для подготовки к письменной работе обучающиеся делятся на несколько групп (по 2–4 человека), для каждой группы выдается индивидуальное задание, которое выполняется членами группы совместно. На занятии группы презентуют выполненные задания.

Тема 3. Становление науки о коммуникации (2 час.)

Форма контроля – размещение реферата на образовательном портале.

Методические рекомендации по написанию реферата.

Обучающимся предлагается выбрать научную школу и/или исследователя, внесших значительный вклад в развитие коммуникативистики, и представить их основные идеи, важные для становления данной отрасли знания.

Объем работы не должен превышать 8 страниц формата А4, рекомендуемый шрифт – Times New Roman, кегль 14.

Внеаудиторная УСР (дистанционное обучение)

Тема 5. Коммуникация в современном медиaprостранстве (2 час. – ДО)

Форма контроля – размещение эссе на образовательном портале и его коллективное обсуждение.

Методические рекомендации по написанию эссе

Одним из основных видов задания управляемой самостоятельной работы является подготовка эссе по одному из предложенных текстов и затем их обсуждение на образовательном портале.

Эссе – это прозаическое сочинение небольшого объема и свободной композиции, выражающее индивидуальные впечатления и соображения по конкретному поводу или вопросу и не претендующее на определяющую или исчерпывающую трактовку предмета.

Предложенные тексты носят дискуссионный характер и отражают точку зрения своих авторов, которая может не совпадать с точкой зрения магистранта

– позиция автора эссе может значительно отличаться от позиции автора обсуждаемого текста. Оценивается не согласие с автором текста, а качество, полнота, связность аргументации собственной позиции.

Объем работы не должен превышать 5 страниц формата А4, рекомендуемый шрифт – Times New Roman, кегль 14.

Введение обозначает намерения автора и общий контекст, необходимый для понимания и последующего изложения. Преподаватель должен понять, о чем вы пишете (или о чем не пишете) и чего следует ждать от текста. Как правило, заканчивается введение тезисом или тезисами.

В каждом абзаце *основной части* обычно обсуждается фрагмент тезиса, сформулированного во введении. В совокупности абзацы основной части должны полностью раскрыть заявленный автором тезис. Абзацы должны быть логически связаны между собой.

Заключению достаточно посвятить последний абзац. Заключительный абзац должен подводить итог работе, содержать решение обсуждаемой проблемы, рекомендации или прогноз.

Критерии оценки

- сформулированная авторская позиция (тезисы);
- позиция подкреплена аргументами и доказательствами;
- продемонстрировано видение разных позиций;
- факты отделены от мнений;
- тема раскрыта полностью;
- текст структурирован и логичен;
- приводятся точные ссылки на обсуждаемый текст.

Примерный список тем эссе для выполнения контролируемой самостоятельной работы

1. От «человека разумного» к «человеку медийному»: прогресс или регресс?
2. «Медийный человек» как основная характеристика современной личности.
3. Современность – медийный проект, а медиа – ключевой феномен современного общества и культуры.

Тема 6. Медиатранзит как основной механизм коммуникационной кампании в медиaprостранстве (2 час. – ДО)

Форма контроля – письменная работа проектного типа и ее размещение на образовательном портале.

Тема письменной работы: «Исследование медиатранзита актуальной социальной проблемы в белорусских медиа». Для подготовки к письменной работе магистранты делятся на несколько групп (по 2–4 человека), для каждой группы выдается индивидуальное задание, которое выполняется членами группы совместно. Затем группы выкладывают выполненные задания на образовательном портале, организуется их коллективное обсуждение и оценивание.

Описание инновационных подходов и методов к преподаванию учебной дисциплины

При организации образовательного процесса используются следующие методы и подходы:

- *-метод учебной дискуссии*, который предполагает участие обучающихся в целенаправленном обмене мнениями, идеями для предъявления и/или согласования существующих позиций по определенной проблеме. Использование метода обеспечивает появление нового уровня понимания изучаемой темы, применение знаний (теорий, концепций) при решении проблем, определение способов их решения;

- *-методы и приемы развития критического мышления*, которые представляют собой систему, формирующую навыки работы с информацией в процессе чтения и письма; понимания информации как отправного, а не конечного пункта критического мышления;

- *-метод группового обучения*, который представляет собой форму организации учебно-познавательной деятельности обучающихся, предполагающую функционирование разных типов малых групп, работающих как над общими, так и специфическими учебными заданиями.

- *-эвристический подход*, который предполагает осуществление магистрантами лично-значимых открытий окружающего мира; демонстрацию многообразия решений большинства профессиональных задач и жизненных проблем; творческую самореализацию обучающихся в процессе создания образовательных продуктов; индивидуализацию обучения через возможность самостоятельно ставить цели, осуществлять рефлексию собственной образовательной деятельности;

- *практико-ориентированный подход*, который предполагает освоение содержания образования через решение практических задач, приобретение навыков эффективного выполнения разных видов профессиональной деятельности, ориентацию на генерирование идей, реализацию групповых студенческих проектов, развитие предпринимательской культуры, использование процедур, способов оценивания, фиксирующих сформированность профессиональных компетенций;

- *метод проектного обучения*, который предполагает: способ организации учебной деятельности, развивающий актуальные для учебной и профессиональной деятельности навыки планирования, самоорганизации, сотрудничества и предполагающий создание собственного продукта.

Методические рекомендации по организации самостоятельной работы обучающихся

Для организации самостоятельной работы обучающихся по учебной дисциплине «Теория современной коммуникативистики» используются современные информационные ресурсы: на образовательном портале elab.bsu.by в системе Moodle размещен комплекс учебных и учебно-методических материалов (учебно-программные материалы, методические указания к семинарским занятиям, материалы текущего контроля и текущей аттестации, позволяющие определить соответствие учебной деятельности обучающихся требованиям образовательных стандартов высшего образования и учебно-программной документации, в том числе вопросы для подготовки к экзамену, задания, список рекомендуемой литературы и др.).

Самостоятельная работа магистрантов в рамках изучения учебной дисциплины «Теория современной коммуникативистики» включает:

- изучение учебно-методических материалов, размещенных на образовательном портале;
- изучение материалов из списка рекомендованной литературы, размещенных на образовательном портале;
- подготовка эссе и реферативных работ;
- подготовка к опросу;
- подготовка к письменным работам проектного типа;
- подготовка к экзамену.

Перечень средств диагностики результатов учебной деятельности

Для диагностики результатов учебной деятельности целесообразно организовать активную работу магистрантов на лекционных и семинарских занятиях, самостоятельное выполнение магистрантами индивидуальных и групповых проектов.

Контроль текущей успеваемости может проходить в виде устных опросов, анализа конкретных ситуаций (решения кейсов), тематических дискуссий в группах, размещения на образовательном портале проектов, подготовки рефератов по теме занятия и др.

Критерии оценок результатов учебной деятельности

Оценка результатов учебной деятельности магистрантов осуществляется по 10-балльной системе. Текущий контроль знаний предполагает использование рейтинговой оценки знаний в течение семестра.

Для проведения текущей и промежуточной аттестации магистрантов устанавливаются следующие виды контроля: контролируемые самостоятельные задания, удаленные самостоятельные задания, а также индивидуальные тематические задания по подготовке текстово-графических презентаций.

Контролируемые самостоятельные задания проводятся с целью проверки и оценки усвоения магистрантами учебного материала в процессе изучения темы и носят стимулирующий и корректирующий характер.

Контроль выполнения индивидуальных тематических заданий по подготовке тексто-графических презентаций проводится с целью проверки достижения магистрантов не по отдельным элементам, а в логической системе, соответствующей структуре конкретной темы.

Основные виды контроля осуществляются в устной, письменной, практической формах и в их сочетании.

Схема оценки знаний магистрантов

Выставление рейтинговых отметок за семестр осуществляется как среднее арифметическое отметок на основе результатов тематического контроля с учетом преобладающего балла после проведения текущей и промежуточной аттестации магистрантов.

Контрольно-оценочным критерием выставления отметки служат следующие пять уровней усвоения учебного материала:

I уровень (низкий) – распознавание и различение понятий (оценивается от 1 до 2 баллов);

II уровень (удовлетворительный) – воспроизведение учебного материала по предмету на уровне памяти (оценивается от 3 до 4 баллов);

III уровень (средний) – воспроизведение и анализ предмета изучения на уровне понимания; описание и анализ действий с объектами изучения (оценивается от 5 до 6 баллов);

IV уровень (достаточный) – объяснение сущности объектов изучения; применение знаний на основе обобщенного алгоритма для решения новых учебных задач (оценивается от 7 до 8 баллов);

V уровень (высокий) – демонстрация возможностей по применению знаний в незнакомых, нестандартных ситуациях для решения качественно новых задач; самостоятельные действия и решения по описанию, объяснению и преобразованию объектов изучения (оцениваются от 9 до 10 баллов).

Итоговая отметка по учебной дисциплине выставляется как среднее арифметическое рейтинговой и зачетной отметок и с учетом динамики индивидуальных учебных достижений магистранта.

Примерный список вопросов к экзамену

1. Основные значения понятия «коммуникация». Коммуникация и медиакоммуникация.
2. Понятие и сущность процесса социальной коммуникации.
3. Субъектно-субъектный характер социальной коммуникации. Взаимоотношение терминов «коммуникация» и «общение».
4. Постулаты и условия эффективной коммуникации.
5. Коммуникативные процессы у человека и животных: основные

различия.

6. Полисемантичесность понятия информации.
7. Знаковый характер коммуникации.
8. Ресурсный и коммуникативный подходы к проблеме информации.
9. Соотношение понятий «информация» и «знание». Когнитология как наука.
10. Метод моделирования в исследовании коммуникации. Типология и эволюция коммуникационных моделей.
11. Коммуникационные модели линии Лассуэлла: сущность, специфика.
12. Коммуникационные модели линии Шеннона-Уивера: сущность, специфика.
13. Коммуникационные модели линии Ньюкомба: сущность, специфика.
14. Коммуникационные модели линии Якобсона: сущность, специфика.
15. Особенности эффективного коммуникатора.
16. Обратная связь в разных видах коммуникации.
17. Барьеры в коммуникации. Типологии барьеров и способы их преодоления.
18. Методология оптимизации процессов коммуникации.
19. Междисциплинарный характер коммуникационного знания.
20. Объект и предмет теории коммуникации. Коммуникативистика и коммуникология.
21. Теория коммуникации как наука и учебная дисциплина.
22. Науки о медиа в структуре современного социально-гуманитарного знания.
23. Коммуникативная компетентность как интегративное качество специалиста, формируемое теорией коммуникации. Коммуникативная и медиакоммуникативная компетентность.
24. Философские, общественно-исторические и общенаучные предпосылки становления теории коммуникации.
25. Границы и условия для развития коммуникативного знания на советском и постсоветском пространстве.
26. Основные этапы в развитии коммуникативного знания.
27. Современные представления о коммуникации в «социальных подходах» к коммуникации.
28. Социокультурная динамика как эволюция форм, способов и технологий человеческой коммуникации.
29. Устная культура, ее особенности. Переход от устной культуры к письменной.
30. История развития письменной культуры в Европе. Роль изобретения книгопечатания для социокультурной динамики.
31. Влияние письма и книгопечатания на информационно-коммуникационные процессы в социуме.
32. Третья информационная революция и становление экранной культуры.
33. Экранная культура: особенности, тренды.

34. Основные подходы к понятию «медиа».
35. Современность как «медийный проект».
36. Медиапространство как среда реализации медиакommunikаций.
37. Пространство, поле, среда, сфера: соотношение понятий.
38. Основные трактовки информационного пространства.
39. Информационное пространство Республики Беларусь: роль основных каналов.
40. Информационное пространство Республики Беларусь: особенности и тренды.
41. Объективистский и конструктивистский подходы к медиа.
42. Понятия медиакарьеры и медиатранзита. Основные стадии медиатранзита и основные проблемы при переходе от одной стадии к другой.
43. Специфика коммуникативных техник на каждой из стадий медиатранзита.
44. Синергетический эффект связей с общественностью и журналистики в реализации эффективного медиатранзита.

4. ВСПОМОГАТЕЛЬНЫЙ РАЗДЕЛ

4.1. Рекомендуемая литература

Основная литература

1. *Кастельс, М.* Власть коммуникации : учеб. пособие / М. Кастельс ; пер. с англ. Н. М. Тышкевич ; под науч. ред. А. И. Черных ; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». – М. : Изд. дом Высшей школы экономики, 2016. – 564 с.
2. *Кирия, И. В.* История и теория медиа: учебник для вузов / И. В. Кирия, А. А. Новикова; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». – М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2017. – 423 с.
3. Новые медиа: социальная теория и методология исследований: словарь-справочник / отв. ред. О. В. Сергеева, О. В. Терещенко. – СПб.: Алетейя, 2015. – 264 с.
4. *Сидорская, И. В.* Институт публичных релейшнз в развитии социодинамических процессов в Республике Беларусь / И. В. Сидорская. – Минск: БГУ, 2017. – 199 с.
5. *Соловьев, А. И.* Современные технологии массмедиа: учеб. пособие / А. И. Соловьев. – Минск: БГУ, 2018. – 279 с.
6. *Черных, А.* Ритуалы и мифы медиа / А. Черных. – М., СПб. : Гнозис Центр гуманитарных инициатив, 2015. – 159 с.

Дополнительная литература

7. *Бакулев, Г. П.* Массовая коммуникация: Западные теории и концепции: Учеб. пособие для студентов вузов. – 2-е изд., перераб. и доп. / Г. П. Бакулев. – М., 2010. – 192 с.
8. *Бергер, П.* Социальное конструирование реальности. Трактат по социологии знания / П. Бергер, Т. Лукман. – М.: «Медиум», 1995. – 323 с.
9. *Брайант, Дж.* Основы воздействия СМИ: Пер. с англ. / Дж. Брайант, С. Томпсон. – М. : Издательский дом «Вильямс», 2004. – 432 с.
10. *Бурдьё, П.* Социология социального пространства / П. Бурдьё // Пер. с франц.; отв. ред. перевода Н. А. Шматко. – М.: Институт экспериментальной социологии; СПб.: Алетейя, 2007. – 288 с.
11. *Вартанова, Е. Л.* О необходимости модернизации концепций журналистики и СМИ / Е. Л. Вартанова // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10: Журналистика. – 2012. – № 1. – С. 7–26.
12. *Вырковский, А. В.* Отечественный научный медиадискурс: структура, особенности, ключевые концепты / А. В. Вырковский, С. С. Смирнов // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10: Журналистика. – 2018. – № 5. – С. 27–47.
13. *Горохов, В. М.* Современный тезаурус теории журналистики (поиск терминологической ниши) / В. М. Горохов // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10: Журналистика. – 2012. – № 1. – С. 39–40.
14. *Гриффин, Эм* Коммуникация: теории и практики. Пер. с англ. / Э. Гриффин. – Х. : Изд-во «Гуманитарный Центр», Науменко А. А., 2015. –

688 с.

15. *Дзялошинский, И. М.* Коммуникационные процессы в обществе: институты и субъекты: монография / И. М. Дзялошинский. – М., 2012.

16. Журналистика в информационном поле современной России: должное и реальное / О. А. Дмитриева, А. В. Колесниченко, Д. Ю. Кульчицкая и др. – М.: Аспект Пресс, 2018.

17. *Калачева, И. И.* История и теория социальных коммуникаций: учеб.-метод. комплекс / И. И. Калачева, О. Е. Дмитриева. – Минск : БГУ, 2016. – 207 с.

18. *Клюканов, И. Э.* Коммуникативный универсум / И. Э. Клюканов. – М. : Российская политическая энциклопедия (РОССПЭН), 2010. – 256 с.

19. *Корконосенко, С. Г.* Объект теории журналистики: взрывное развитие / С. Г. Корконосенко // Век информации. – 2018. – № 1. – С. 16–29.

20. *Лазутина, Г. В.* Термины – хранилище концепций / Г. В. Лазутина // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10: Журналистика. – 2012. – № 1. – С. 41–59.

21. *Лотман, Ю. М.* Внутри мыслящих миров. Человек – текст – семиосфера – история / Ю. М. Лотман. – М. : Языки русской культуры, 1996. – 464 с.

22. *Луман, Н.* Реальность массмедиа / Н. Луман. – М. : Канон+ : РООИ «Реабилитация», 2012. – 240 с.

23. *Маккуэйл, Д.* Журналистика и общество. [Учебник для журналистов] / Пер. с англ. – М. : МедиаМир; Факультет журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова, 2013. – 368 с.

24. *Маклюэн, М.* Галактика Гутенберга : Становление человека печатающего / М. Маклюэн. – М. : Академический Проект : Фонд «Мир», 2005. – 496 с.

25. Медиа: между магией и технологией / Под ред. Н. Сосна, К. Федоровой. – Екатеринбург-Москва: Кабинетный ученый, 2014. – 380 с.

26. Медиафера Беларуси: Социологический аспект / под общ. ред. В. О. Дашкевича. – Минск: ИАЦ при АП РБ, 2014. – 98 с.

27. *Мельников, Э. Р.* Парадоксы медиа. Информация. Журналистика. Медиа. Общество. Основы медиаграмотности: популярно о сложном / Э. Р. Мельников; – Vilnius: Артефактас, 2016. – 312 с.

28. *Назаров, М. М.* Массовая коммуникация в современном мире: методология анализа и практика исследований / М. М. Назаров; Ин-т социол. образования Рос. центра гуманитар. образования и др. – М. : УРСС, 1999. – 239 с.

29. *Пильгун, М. А.* Формирование контента в современном коммуникационном пространстве. [Текст] : монография / М. А. Пильгун; Российский гос. социальный ун-т. – М. : Изд-во Российского гос. социального ун-та, 2012. – 166 с.

30. *Почепцов, Г. Г.* Медиа: теория массовых коммуникаций / Г. Г. Почепцов. – Киев: Альтерпрес, 2008. – 403 с.

31. *Прохоров, Е. П.* Терминологический аппарат – понятийно-смысловой скелет науки / Е. П. Прохоров // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10: Журналистика. – 2012. – № 1. – С. 27–38.

32. *Резаев, А. В.* Новые медиа и «умные вещи»: как новые технологии актуализируют различие между общением и коммуникацией? / А. В. Резаев, Н. Д. Трегубова // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10: Журналистика. – 2019. – № 1. – С. 25–45.

33. *Сидорская, И. В.* Теория коммуникации: учеб.-метод. комплекс для студентов фак. журналистики, обучающихся по спец. 1-23 01 07-01 «Информация и коммуникация (технологии коммуникации)» / И. В. Сидорская. – Минск : БГУ, 2008. – 163 с.

34. *Сидорская, И. В.* Оптимизация процесса коммуникации средства массовой информации с аудиторией: методологический аспект / И. В. Сидорская // Веснік БДУ. Сер. 4. – 2012. – № 1. – С. 87–91.

35. Социальные проблемы: конструкционистское прочтение / Сост. И. Г. Ясавеев. – Казань: Изд-во Казанск. ун-та, 2007. – 276 с.

36. *Фомичева, И. Д.* СМИ среди средств социальной коммуникации / И. Д. Фомичева // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10: Журналистика. – 2012. – № 1. – С. 27–38.

37. *Хабермас, Ю.* Моральное сознание и коммуникативное действие / Ю. Хабермас. – СПб. : Наука, 2006. – 380 с.

38. *Чельшева, И. В.* Социокультурное поле медиа: реальность, коммуникация, человек / И. В. Чельшева. – М. : МОО «Информация для всех», 2016. – 178 с.

39. *Чубаров, И. М.* Медиа, медианаука и философия медиа / И. М. Чубаров // Логос: философско-литературный журнал. – 2015. – № 2 (104). – С. 92–105.

40. *Шарков, Ф. И.* Коммуникология: энциклопедический словарь-справочник: учеб. пособие для подготовки бакалавров и магистров рекламы и связей с общественностью / Ф. И. Шарков. – М., 2009. – 768 с.

41. *Эко, У.* Отсутствующая структура. Введение в семиологию / У. Эко. – СПб. : Symposium, 2004. – 544 с.

42. *Ясавеев, И.* Социальные проблемы и медиа: конструкционистское прочтение / И. Ясавеев. – LAP LAMBERT Academic Publishing GmbH&Co. KG, 2010. – 236 с.

4.2. Электронные ресурсы

1. Дзялошинский, И. М. О современном состоянии и дальнейшем развитии сферы коммуникационных наук в России / И. М. Дзялошинский, А. В. Шариков // Медиаскоп. – 2017. – Вып. 3. – [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://www.mediascope.ru/2342>. – Дата доступа: 20.09.2020.

2. Цымбаленко, Е. С. Трансформационные явления в медиакommunikациях / Е. С. Цымбаленко // Universum: Филология и искусствоведение : электрон. науч. журн. 2014. – № 12. – [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://7universum.com/ru/philology/archive/item/1816>. – Дата доступа: 20.09.2020.

5. ПРИЛОЖЕНИЯ²

Приложение 1.

Презентация Microsoft PowerPoint по теме 1.1 Понятие и сущность процесса коммуникации.

Приложение 2.

Презентация Microsoft PowerPoint по теме 1.2 Структура процесса коммуникации: исследование и оптимизация.

Приложение 3.

Презентация Microsoft PowerPoint по теме 1.3 Становление науки о коммуникации.

Приложение 4.

Презентация Microsoft PowerPoint по теме 1.4 Теория коммуникации в системе современного социально-гуманитарного знания.

Приложение 5.

Презентация Microsoft PowerPoint по теме 1.5 Коммуникация в современном медиaprостранстве.

Приложение 6.

Презентация Microsoft PowerPoint по теме 1.6 Медиаатранзит как основной механизм коммуникационной кампании в медиaprостранстве.

² Все приложения размещены отдельными файлами.