

ИННОВАЦИОННАЯ КОММУНИКАЦИЯ В МАССМЕДИЙНОМ ПРОЦЕССЕ

О. Н. КАСПЕРОВИЧ-РЫНКЕВИЧ¹⁾

¹⁾Институт журналистики БГУ, ул. Кальварийская, 9, 220004, г. Минск, Республика Беларусь

Выявляется взаимосвязь между понятиями «коммуникация» и «инновационная коммуникация», рассматриваются направления в теории массовой коммуникации, анализируются наиболее важные ее характеристики. Выделяются основные черты инновационной коммуникации – глобальность, оперативность, информационное изобилие, технологизация. Научная новизна исследования заключается в раскрытии перспектив использования преподавателями учебных заведений социальных сетей для передачи информации профессионального (общеобразовательного) и социального характера как приема инновационной коммуникации в сфере образования. Определено, что белорусское общество находится на начальном уровне внедрения инновационной коммуникации и становления инновационной экономики.

Ключевые слова: инновационная коммуникация; инновационное развитие; инновационная экономика; массовая коммуникация; массмедиа; социальные сети.

INNOVATIVE COMMUNICATION IN THE PROCESS OF THE MASS MEDIA

O. N. KASPIAROVICH-RYNKEVICH^a

^aThe Institute of Journalism of the Belarusian State University,
Kal'variiskaya street, 9, 220004, Minsk, Republic of Belarus

The article discusses the relationship between the concepts of «communication» and «innovative communication». The article is devoted to analysis of the main characteristics of mass media and communication innovation in the modern information society. Based on the analysis of the scientific literature on the research are marked the main features of innovative communication: global, operational, information abundance technologization. Scientific novelty of the information contained in the article is the realization by teachers educational establishments of use social networks of two directions – professional (educational) and social – as the innovative methods of communication in the sphere of education. The study finds that the national society is characterized by a low level of implementation of innovative communication, as the Belarusian society is at an early stage of the innovation economy.

Key words: innovative communications; innovative development; innovative economy; mass communication; mass media; social networks.

Разработка и внедрение новых технологий в производство, модернизация действующей техники обуславливают прогрессирующее развитие, которое происходит постоянно на протяжении существования человечества. О формировании инновационного уклада во всех сферах жизнедеятельности в Беларуси стали все чаще упоминать в последнее десятилетие.

В данной статье представлены результаты сравнительного анализа основных характеристик массовой и инновационной коммуникации в современном информационном обществе. Эмпирической базой исследования стали модели коммуникации Г. Лассуэлла и Шеннона – Уивера, научная литература

Образец цитирования:

Касперович-Рынкевич О. Н. Инновационная коммуникация в массмедийном процессе // Вестн. БДУ. Сер. 4, Филология. Журналистика. Педагогика. 2016. № 1. С. 100–104.

For citation:

Kaspiarovich-Rynkevich O. N. Innovative communication in the process of the mass media. *Vesnik BDU. Ser. 4, Filalogija. Zhurnalistyka. Pedagogika*. 2016. No. 1. P. 100–104 (in Russ.).

Автор:

Ольга Николаевна Касперович-Рынкевич – аспирантка кафедры истории журналистики и менеджмента СМИ. Научный руководитель – доктор исторических наук, профессор О. Г. Слука.

Author:

Olga Kaspiarovich-Rynkevich, postgraduate student at the department of history of journalism and media management. *kasp-olga@yandex.by*

по теории коммуникации, обзор инновационного развития Республики Беларусь в 2010–2011 гг., страницы медиаисследователей в социальных сетях.

В рамках инновационного развития к 2011 г. в Беларуси было «принято более 25 законов, декретов и указов президента, свыше 40 постановлений правительства и множество иных нормативно-правовых актов. В результате в белорусском обществе закрепились понимание приоритетности и важности науки и технологий для экономического благополучия страны» [1, с. 30]. Председатель Государственного комитета по науке и технологиям Республики Беларусь в ноябре 2015 г. отметил, что «совершенствование инновационной политики приносит ощутимые результаты. Только за последний год Беларусь поднялась в международных рейтингах по росту инновационной активности на пять пунктов» [2]. В 2010–2011 гг. Европейская экономическая комиссия ООН и Государственный комитет по науке и технологиям Республики Беларусь реализовали проект «Обзор инновационного развития Республики Беларусь», который содержит критический анализ национальной инновационной системы, институциональных рамок инновационной политики и разнообразных механизмов и инструментов государственной поддержки инновационной деятельности в стране. Это была совместная работа ведущих зарубежных экспертов и белорусских специалистов, которые дали независимую оценку состоянию и тенденциям развития инновационной деятельности в Беларуси. В обзоре говорится о том, что основное внимание в республике уделяется «административным и институциональным аспектам деятельности национальной инновационной системы, а не укреплению взаимосвязей между ее различными подсистемами (предпринимательство, наука, образование, инфраструктура). Инновационная политика по-прежнему базируется на представлении об инновациях как о научно-технических разработках, что чрезмерно сужает ее предмет и цели» [1, с. 15]. В обзоре указано, что одним из наиболее слабых звеньев современной национальной инновационной системы выступает предпринимательство. В конце 2015 г. начат второй подобный проект по обзору инновационного развития Республики Беларусь.

Одной из сфер применения инноваций являются массовые коммуникации. Рассмотрим взаимосвязь между понятиями «коммуникация» и «инновационная коммуникация».

Традиционно под коммуникацией понимают совокупность каналов для передачи какого-либо сообщения. Условием для ее осуществления служит наличие сообщения как вербального, так и невербального, его отправителя и получателя и канала передачи. Российский ученый С. В. Бориснев рассматривает коммуникацию как социально обусловленный процесс передачи и восприятия информации в условиях межличностного и массового общения по различным каналам с помощью разных коммуникативных средств [3, с. 14]. За всю историю развития теории коммуникации ученые выделяли несколько ее моделей. Наиболее распространенными, на наш взгляд, являются линейная и шумовая модели коммуникации. Линейная (классическая) модель Г. Лассуэлла состоит из пяти основных элементов коммуникативного процесса – коммуникатора, сообщения, канала, аудитории и результата. Шумовая модель коммуникации Шеннона – Уивера дополнила линейную модель помехами (шумами), затрудняющими коммуникацию. Авторы шумовой модели выделили технические (связанные с помехами в передатчике и канале) и семантические (вызванные искажением передаваемых значений при восприятии содержания) шумы. При этом коммуникация концептуализировалась авторами как линейный, односторонний процесс.

В зависимости от количества коммуникантов принято выделять такие разновидности коммуникации, как межличностная, групповая и массовая, каждая из которых имеет свои отличия. Существуют и другие критерии для выделения различных типов коммуникации:

- по способу установления и поддержания контакта коммуникации подразделяются на непосредственные (прямые) и опосредованные (дистанционные);
- по инициативности коммуникаторов – активные и пассивные;
- по степени организованности – случайные и организованные;
- по типу используемых знаковых систем – вербальные и невербальные.

В информационном обществе, где происходит становление экономики знаний и инновационного общества, субъектом которых является человек творческий (*homo creatos*), ведущую позицию занимает массовая коммуникация, выполняющая информационную функцию. Важное значение для ее реализации имеет способность форм коммуникации – пресс-конференций, брифингов и др. – адаптироваться под требования инновационного развития национальной экономики. Помимо этого, к функциям массовой коммуникации в отечественной науке относятся регулирующая, культурологическая, а также функция социализации личности.

Инновация – «это новшество, нововведение, в первую очередь в сфере техники и технологий, материальное воплощение идеи, которое позволяет выйти на качественно новый уровень развития» [4, с. 95]. Рассмотрим инновационный процесс, внедрение инноваций в рамках теории коммуникаций. Инновационная коммуникация основывается на реализации новшеств в любой из сфер деятельности человека,

в особенности человека экономического (*homo economicus*) и человека информационного или познающего – представителя цифрового общества (*digital society*). Коммуникация в интеграционном процессе, а также инновационная коммуникация все чаще становятся объектом научных изысканий медиаисследователей. Ученые как особую область науки выделяют журналистику инноваций, которая призвана управлять инновационными по содержанию потоками информации [5].

В зависимости от реагирования аудитории на сообщения в теории массовой коммуникации выделяют два основных подхода – человекоориентированный и ориентированный на медиа [6]. Сторонники человекоориентированного подхода исходят из того, что люди выборочно воспринимают поступающую из СМИ информацию. Они выбирают ту ее часть, которая совпадает с их мнением, и отвергают ту, которая этому мнению не соответствует. Теория, получившая название «спираль молчания», развитая Э. Ноэль-Нойман, напоминает о «парадоксе голосования», согласно которому многие не участвуют в выборах, поскольку полагают, что их голос не является решающим. В такого рода ситуации возникают угрозы изоляции общественного мнения. Ориентированный на медиа подход основывается на том, что действия средств массовой коммуникации подчиняют себе человека. Они воздействуют на него подобно наркотику, которому невозможно сопротивляться. Согласно теории «магической пули» Г. Лассуэлла коммуникация подобна магической пуле, перед которой зритель беззащитен как мишень. Наиболее ярким представителем данного подхода является Г. Маклюэн. Основной тезис его теории – средство общения является сообщением. При передаче информации техническое средство не нейтрально, а наделяет сообщение своими свойствами. Деятельность средств массовой коммуникации перестает быть для человека производной от каких-либо событий. Средства массовой коммуникации начинают в сознании человека действовать как первопричина, конструируя при этом реальность.

В современном обществе массовая коммуникация обладает рядом свойств и характеристик, перечисленных ниже [7].

1. *Анонимность*. Аудитория, к которой обращена коммуникация, состоит из множества лиц, причем коммуникатор лично с ними незнаком. Даже если и идет обращение к кому-либо, это знакомство заочное. Нужны специальные процедуры (социологические исследования), которые бы позволили изучить аудиторию.

2. *Асимметричность*. Получатель и источник сообщения находятся в неравных позициях. Для налаживания обратной связи нужны специальные усилия, инициатором которых опять же является источник.

3. *Гетерогенность аудитории*. Сообщения обращены к аудитории, состоящей из представителей различных групп – географических, экономических, социальных, демографических и т. п. Чаще между участниками групп больше различий, чем общих черт, поэтому адресность обращений значительно ограничена.

4. *Технологичность*. Массовая коммуникация стала возможна лишь при определенном технологическом развитии общества. Техника создания и распространения сообщений в процессе массовой коммуникации накладывает свой отпечаток на специфику этих сообщений.

5. *Институциональность*. Источником коммуникации являются не личности, а институты и организации. Личность (например, журналист) выступает от имени института или организации, и если личность свободно выражает свои мысли, то это обеспечивает организация или институт. Это подтверждает важность института свободы слова.

Учитывая перечисленные свойства массовой коммуникации, выделим главные, на наш взгляд, характеристики инновационной коммуникации.

- *Глобальность*: инновационная коммуникация имеет всеобъемлющий, универсальный характер относительно сфер применения. Коммуникационный процесс трансформируется в рамках глобальных изменений.

- *Оперативность*: мир научился информировать себя сам. Информация о событиях все чаще поступает в СМИ от очевидцев. Площадкой для оперативного доступа к таким новостям являются социальные сети. Инновационная коммуникация призвана помочь потребителю сориентироваться в информационных потоках, выполняя тем самым функцию модерации.

- *Информационное изобилие*: в данном случае мы ведем речь о рассредоточении внимания реципиентов – целевой аудитории массмедиа. Белорусский исследователь А. Петрович утверждает, что технологии и информационные потоки внутри инновационной экосистемы находятся в зоне влияния потоков внимания потребителей, предпринимателей и институтов системы. Задача инновационной коммуникации – сосредоточить их внимание на действительно важной и необходимой для их деятельности информации [5].

• *Технологизация* – системное использование технологий для передачи информации, обмена инновационными решениями, внедрения инновационных достижений. При помощи новейших информационных технологий, научных разработок инновационная коммуникация способствует практически моментальному обмену информацией, интерактивному обучению. Значительная роль здесь отводится технологиям *web 2.0* и *web 3.0*. Следствие технологизации – функционирование цифрового общества. Однако глава стратегического департамента старейшей американской рекламной компании *Leo Burnett North America* М. МакКейб, анализируя тренды на рынке коммуникаций, отметил, что эра *digital* окончена. Люди мечтают избавиться от цифровой зависимости и вернуться к живому общению.

Инновационная коммуникация имеет место во всех сферах жизнедеятельности человека, но особенно продуктивно проявляет себя в экономике, а точнее – в инновационной экономике. В данном случае инновационная коммуникация служит связующим звеном при обмене информацией между научным сообществом, которое исследует и верифицирует инновационные разработки, бизнесом и государством, которые их внедряют. «Возникшая система коммуникации в этой области выполняет задачи взаимодействия на всех этапах производства знаний, разработки инноваций, привлечения инвестиций и развития рынков высокотехнологичных товаров» [8].

Не менее продуктивно используется инновационная коммуникация в сфере образования. Показательным тому пример – дистанционное обучение, удаленный обмен информацией между преподавателями и студентами. В последнем случае речь идет об использовании социальных сетей в процессе обучения. Здесь можно выделить два направления использования данных платформ – распространение информации профессионального (общеобразовательного) и социального характера. Первое предусматривает размещение на страницах преподавателей ссылок на учебную литературу, научно-популярные статьи в рамках определенного учебного курса. Среди белорусских медиаисследователей социальные сети для данной цели активно использует преподаватель Института журналистики БГУ А. Градюшко. На своей странице в социальной сети *Facebook* он размещает ссылки на интернет-источники, рассказывающие о тенденциях в медиасреде. Приведем некоторые заголовки статей, размещенных на странице у преподавателя: «5 идеологов современных медиа о том, как должны работать СМИ», «35 правил хорошего репортажа», «Дизайн в цифровой среде», «7 полезных лекций для тех, кто делает медиа», «Социология и метрика интернет-СМИ» и др. Среди преподавателей факультета журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова подобный тип общения со студентами применяют М. Аникина, А. Вырковский. Примером распространения информации социального характера служит страница «ВКонтакте» преподавателя Института журналистики БГУ И. Воюш, на которой она размещает рекомендации по написанию курсовых и дипломных работ, описывает приемы менеджмента, приводит интересные факты, связанные с психологией и образованием, размещает ссылки на объявления о жилье для студентов и т. д.

Нередко преподаватели используют инновационные методы проведения учебных занятий, причем преподавателю-теоретику, т. е. тому, кто не совмещает преподавательскую деятельность с работой в практической журналистике, такие методы использовать проще, поскольку «преподаватель-теоретик – это не только исследователь, имеющий научную степень и научное звание, но и сотрудник учебного заведения, который более детально разбирается в учебно-методической работе вуза» [9, с. 293].

Практика показывает, что в Беларуси инновационная система развития отличается от мировой. Это подтверждают исследователи и авторы обзора инновационного развития Республики Беларусь в 2010–2011 гг.: «Поддержка инновационной деятельности в Беларуси направлена в первую очередь на стимулирование инвестиций и технического обновления, но в значительно меньшей степени ориентирована на поддержку подлинных инноваций» [1, с. 17]. В рамках государственных научно-технических программ инвестирования и технического обновления проекты, которые по своей сути не являются инновационными, финансируются на тех же условиях, что и инновационные. Кроме того, действующие правила заставляют получателей финансовой помощи максимально снижать возможные риски, отдавая предпочтение не подлинным инновациям, а технически выверенным проектам. Поэтому поддержка инноваций в Беларуси в значительной мере сводится к инвестированию технического переоснащения, финансируемого через отраслевые инновационные фонды в рамках многочисленных программ. Это объясняется тем, что белорусское общество еще только начинает создавать экономику знаний, основанную на инновационном развитии, «что позволяет судить о недостаточно высоком уровне инновационного мышления у граждан и подчеркивает важность анализа существующего информационного климата и определения перспективных ориентаций массмедийных потоков» [5, с. 12].

Анализ эмпирической базы позволяет сделать следующие выводы. Инновационная коммуникация владеет четырьмя основными чертами – глобальностью, оперативностью, информационным изобилием и технологизацией. Она представлена во всех сферах жизнедеятельности человека, но особенно

продуктивно проявляется в инновационной экономике, а также в образовательной среде. Однако в белорусском обществе процесс развития инновационной коммуникации находится на начальной стадии внедрения в инновационную экономику.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК (*REFERENCES*)

1. Обзор инновационного развития Республики Беларусь // Организация Объединенных Наций [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.scienceportal.org.by/upload/Innovation%20Performance%20Review%20of%20Belarus%202011_rus_1.pdf (дата обращения: 06.11.2015).
2. ГКНТ и ЕЭК ООН подготовят повторный обзор инновационного развития Беларуси // БелТА [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.belta.by/economics/view/gknt-i-EEK-oon-podgotovjat-povtornyj-obzor-innovatsionnogo-razvitiya-belarusi-169293-2015/> (дата обращения: 06.11.2015).
3. Бориснев С. В. Социология коммуникации. М., 2003.
4. Касперович О. Н. Развитие теории инноваций // Вестн. БДУ. Сер. 4, Филология. Журналистика. Педагогика. 2015. № 2. С. 92–96 [Kasperovich O. N. The development of innovations theory. *Vesnik BDU. Ser. 4, Filalogija. Zhurnalistyka. Pedagogika*. 2015. No. 2. P. 92–96 (in Russ.)].
5. Петроченко А. Г. Региональные СМИ как субъект инновационной стратегии Республики Беларусь : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.01.10. Минск, 2014.
6. Виды и типы коммуникации [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.life-prog.ru/1_27253_lektsiya--vidi-i-tipi-kommunikatsii.html (дата обращения: 28.05.2015).
7. Басков А. Коммуникация // Новая идеология [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.newideology.ru/slovar/kommunikatsiya/> (дата обращения: 28.05.2015).
8. Лапиов А. Б., Кузнецов Е. Б. Коммуникации в сфере инноваций. К вопросу концептуализации мировой и российской практики // Медиаскоп. 2011. № 1 [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.mediascope.ru/node/719> (дата обращения: 17.12.2014) [Lapshov A. B., Kuznesov E. B. Communication in the sphere innovation. Question of conceptualizing the world and russian practice communication in sphere innovation. *Mediascope*. 2011. No. 1 [Electronic resource]. URL: <http://www.mediascope.ru/node/719> (date of access: 17.12.2014) (in Russ.)].
9. Касперович О. Н. Начинающий преподаватель журналистики: теоретик vs практик // Журналистика в 2014 году. СМИ как фактор общественного диалога : сб. материалов Междунар. науч.-практ. конф. (Москва, 6–7 февр. 2015 г.). М., 2015. С. 292–293 [Kasperovich O. N. New journalism lecturer: a theorist vs practitioner. *Zhurnalistyka v 2014 godu. SMI kak faktor obshchestvennogo dialoga* : sb. materialov Mezhdunar. nauchn.-prakt. konf. (Moscow, 6–7 Febr. 2015). Mosc., 2015. P. 292–293 (in Russ.)].

Статья поступила в редколлегию 06.01.2016.
Received by editorial board 06.01.2016.