

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
Факультет философии и социальных наук

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной работе и
интернационализации образования
В.П.Кочин

29 января 2025 г.

Регистрационный № 339-ВМ



Программа вступительных испытаний
при поступлении для получения углубленного высшего образования

Специальность 7-06-0321-02 Коммуникации

2025 г.

СОСТАВИТЕЛИ:

А. А. Похомова, заведующий кафедрой социальной коммуникации факультета философии и социальных наук Белорусского государственного университета кандидат социологических наук, доцент;

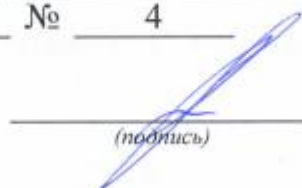
Ю. Ю. Гафарова, доцент кафедры социальной коммуникации факультета философии и социальных наук Белорусского государственного университета кандидат философских наук, доцент;

М. С. Терещенко, старший преподаватель кафедры социальной коммуникации факультета философии и социальных наук Белорусского государственного университета.

РАССМОТРЕНА И РЕКОМЕНДОВАНА К УТВЕРЖДЕНИЮ:

Кафедрой социальной коммуникации
Протокол от 21.11.2024 № 4

Заведующий кафедрой


(подпись)

А. А. Похомова

(инициалы, фамилия)

Советом факультета

Протокол от 24.12.2024 № 5

Председатель Совета


(подпись)

В. С. Сайганова

(инициалы, фамилия)

Ответственный за редакцию


(подпись)

Ю. Ю. Гафарова

(инициалы, фамилия)

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Программа вступительного испытания по специальности 7-06-0321-02 Коммуникации, профилизация Медиаисследования и социальная аналитика, и методические рекомендации составлены с учётом требований к вступительным испытаниям, установленных Министерством образования Республики Беларусь.

Цель и задачи вступительного испытания

Предлагаемая программа ориентирована на то, чтобы определить уровень основных теоретических представлений испытуемых о коммуникации как способе социального взаимодействия между людьми, о формировании понимания происходящих в обществе информационно-коммуникационных процессов с точки зрения их социокультурного значения. Кроме того, вступительные испытания по данной программе призваны выявить готовность абитуриентов к усвоению углубленных научно-теоретических, методологических знаний по специальным дисциплинам в области коммуникации, способность к инновационной деятельности, решению сложных профессиональных задач, к формированию умений, обеспечивающих аналитическую деятельность и разработку исследовательских проектов, к непрерывному самообразованию.

При ответе на основные и дополнительные вопросы на экзамене поступающий в магистратуру должен продемонстрировать способность к обработке, анализу и оценке разнородной информации, навыки решения мировоззренческих, этических, социально и личностно значимых проблем.

Требования к уровню подготовки поступающих

Для получения углубленного высшего образования в УВО (магистратура) принимаются лица, имеющие высшее образование. Уровень основного образования лиц, поступающих для получения углубленного высшего образования – высшее образование, общее высшее или специальное высшее образование.

Программа вступительного испытания направлена на подтверждение наличия следующих компетенций, необходимых для успешного освоения образовательной программы углубленного высшего образования:

универсальные компетенции:

- Владеть основами исследовательской деятельности, осуществлять поиск, анализ и синтез информации
- Решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе применения информационно-коммуникационных технологий
- Работать в команде, толерантно воспринимать социальные, этнические, конфессиональные, культурные и иные различия
- Быть способным к саморазвитию и совершенствованию в профессиональной деятельности

– Проявлять инициативу и адаптироваться к изменениям в профессиональной деятельности

базовые профессиональные компетенции:

– Анализировать мировоззренческие, социально и личностно значимые проблемы и процессы, происходящие в обществе

– Осуществлять и координировать взаимодействие с различными организациями, учреждениями и иными источниками информации и идей для создания проектов

– Анализировать и оценивать процессы массовой коммуникации

– Планировать и осуществлять исследования каналов массовой коммуникации, целевых аудиторий внешних и внутренних коммуникаций, эффективности коммуникационной деятельности, в том числе маркетинговой, рекламной деятельности и связей с общественностью

– Анализировать и оценивать экономические и социальные процессы, проявлять предпринимательскую инициативу

– Применять теоретический аппарат современной социологии для анализа социальных процессов

– Характеризовать предпосылки возникновения и этапы развития социальной коммуникации

– Применять теории и методы коммуникации для решения разнообразных информационно-коммуникационных задач в современном обществе

Содержание программы имеет комплексный и междисциплинарный характер и ориентировано на выявление у поступающих общепрофессиональных и специальных знаний и умений.

Поступающий в магистратуру по специальности 7-06-0321-02 Коммуникации, профилизация Медиаисследования и социальная аналитика, должен:

знать: место и роль коммуникации в общественном развитии в исторической ретроспективе; основные понятия и теоретические концепции массовой коммуникации; особенности коммуникации в информационном обществе, эволюцию организационных форм, коммуникационных и информационных технологий;

уметь: применять коммуникативные знания, умения и навыки в профессиональной сфере; осуществлять экспертизу соответствия материалов и процессов коммуникации действующему законодательству; планировать и осуществлять мероприятия по сопровождению организационных изменений и реформ;

владеть: навыками анализа коммуникационных процессов в исторической ретроспективе и современных условиях; методологией исследований массовой коммуникации; методами управления организацией коммуникационной сферы; методами анализа коммуникативных аспектов организационного поведения.

Описание формы и процедуры вступительного испытания

Вступительное испытание является процедурой конкурсного отбора и условием приёма на обучение углубленного высшего образования.

Порядок проведения вступительного испытания по специальности 7-06-0321-02 Коммуникации, профилизация Медиаисследования и социальная аналитика, определяется Правилами приёма лиц для получения углубленного высшего образования в БГУ.

Организацию проведения конкурса и приёма лиц для получения углубленного высшего образования по специальности 7-06-0321-02 Коммуникации, профилизация Медиаисследования и социальная аналитика, осуществляет приёмная комиссия в соответствии с Положением о приёмной комиссии учреждения высшего образования, утверждаемым Министерством образования и Правилами приёма лиц для получения углубленного высшего образования, утверждёнными Постановлением Совета Министров Республики Беларусь от 01.09.2022 № 574.

Конкурсы на получение высшего образования углубленного образования в очной, заочной, дистанционной формах получения образования за счёт средств бюджета и на платной основе проводятся отдельно.

Вступительные испытания проводятся по утверждённому председателем приёмной комиссии БГУ расписанию.

Проведение вступительного испытания осуществляется в устной форме, на русском или белорусском языках.

Состав экзаменационной комиссии утверждается приказом ректора БГУ.

При проведении вступительного испытания в устной форме время подготовки абитуриента к ответу не должно быть менее 30 минут и не должно превышать 90 минут, а продолжительность ответа не должна быть более 15 минут. Для уточнения экзаменационной оценки абитуриенту могут быть заданы дополнительные вопросы в соответствии с программой вступительного испытания. Количество дополнительных вопросов не должно превышать трёх.

Оценка знаний лиц, поступающих для получения углубленного высшего образования (магистратура), осуществляется по десятибалльной шкале, положительной считается отметка не ниже «шести».

При проведении вступительного испытания в устной форме экзаменационная отметка объявляется сразу после завершения экзамена.

Характеристика структуры экзаменационного билета

Экзаменационный билет состоит из вопросов по учебной дисциплине «Теория социальных коммуникаций».

Экзаменационный билет состоит из двух частей: теоретической (два вопроса) и практической (ситуационные задачи, кейсы), позволяющих оценить знания и практические навыки, полученные в процессе обучения в образовательной программе бакалавриата.

Критерии оценивания ответа на вступительном испытании

При оценке ответа учитываются следующие параметры:

10 (десять) баллов:

- системное, глубокое и полное знание материала;
- умение творчески решать нестандартные задачи, сопоставлять научные школы, направления, принадлежащие к различным методологическим традициям;
- свободное использование специальной терминологии, устойчивые навыки использования категориального аппарата дисциплины «История и теория социальных коммуникаций».
- полное усвоение основной и дополнительной литературы, рекомендованной учебной программой;
- свободная ориентация в современных тенденциях развития социогуманитарной мысли, навыки исследовательской работы, опыт участия в исследовательских проектах, выступления на студенческих научных конференциях.

9 (девять) баллов:

- системное, глубокое и полное знание материала;
- свободное использование специальной терминологии;
- умение решать нестандартные задачи;
- полное усвоение основной и дополнительной литературы, рекомендованной учебной программой;
- свободная ориентация в современных тенденциях развития социогуманитарной мысли.

8 (восемь) баллов:

- свободное использование специальной терминологии;
- умение решать сложные задачи по оценке различных теоретических подходов;
- несущественные неточности в изложении учебного материала.

7 (семь) баллов:

- несистемные знания по всем разделам программы;
- системное, логичное, стилистически верное изложение материала;
- владение понятийным аппаратом;
- несущественные неточности в изложении учебного материала.

6 (шесть) баллов:

- осознанное воспроизведение основных частей учебного материала;
- знание и грамотное использование терминологии;
- несущественные неточности в изложении учебного материала.

5 (пять) баллов:

- достаточное знание структурных компонентов программы, их взаимосвязей;
- владение базовыми терминами;
- наличие неточностей, несущественных ошибок в изложении материала.

4 (четыре) балла:

- существенные ошибки в изложении материала;
- трудности в использовании специальной терминологии;
- умение под руководством преподавателя прийти к правильному ответу на поставленный вопрос.

3 (три) балла:

- недостаточно полный объём знаний;
- поверхностная осведомлённость об учебной и научно-теоретической литературе, рекомендованной для изучения.

2 (два) балла:

- отсутствие последовательности и логичности в изложении материала;
- неумение применить понятийный аппарат теории социальных коммуникаций к анализу проблемы.

1 (один) балл:

- отсутствие представлений о структуре курса, взаимосвязях её содержательных компонентов;
- фрагментарность знаний, слабость навыков оперирования категориальным аппаратом.

СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ

Теоретическая часть

Тема 1. Коммуникация как явление культуры

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 субъект-субъектное взаимодействие. Социальные коммуникации в контексте развития культуры. Понятие общественной коммуникационной системы.

Тема 2. Информация как основа процесса коммуникации

Полисемантичесность понятия информации. Знаковый характер информационного взаимодействия. Основные характеристики знака. Кодирование и декодирование информации. Ресурсный и коммуникативный подходы к информации. Информация как ресурс, свойства и характеристики информационных ресурсов. Средства передачи информации.

Тема 3. Коммуникация: уровни, формы и виды

Вариативность типологий коммуникации. Типы коммуникации по степени репрезентативности аудитории; форме; каналу восприятия и передачи информации; способу установления и поддержания контакта; социальным параметрам; в зависимости от использования знаковых систем – вербальная и невербальная; с точки зрения взаимоотношений участников коммуникации и коммуникативной ситуации; с точки зрения личностных оценок при соблюдении / нарушении социального равновесия.

Тема 4. Законы, категории, функции теории коммуникации

Сущность законов коммуникации. Закон обратной связи; закон минимального обоснования, закон гетерогенности коммуникативных систем. Категории коммуникативного пространства и коммуникативного времени. Основные функции коммуникации: информационная, регулирующая, прагматическая, социального контроля, социализации, развлечений. Понятие дисфункции коммуникации.

Тема 5. Коммуникационный процесс, его структура и модели

Коммуникационный процесс как процесс передачи информации по специальным каналам при помощи соответствующих средств. Элементы коммуникационного процесса. Моделирование коммуникационного процесса как необходимое условие для понимания целей отправителя сообщения и адресата. Значение моделей для объяснения уровней, форм и видов социальной коммуникации. Линейные и нелинейные, двухступенчатые и многоступенчатые, циркулярные, диффузные, лингвистические модели коммуникации.

Тема 6. Межличностная коммуникация

Понятие межличностной коммуникации. Особенности межличностной коммуникации: неотвратимость и неизбежность; необратимость; непосредственная и тесная связь коммуникантов; богатство вербальных и невербальных кодов в коммуникации; поэтапность в речевом взаимодействии, наличие ситуационных факторов. Аксиомы межличностной коммуникации.

Тема 7. Коммуникация в группах

Понятие группы и классификация групп. Условия существования группы. Малая группа. Первичные / вторичные группы. Формальные / неформальные группы. Референтные группы / группы членства. Коммуникационная структура малой группы. Виды коммуникационных связей, их особенности. Влияние структуры сети на коммуникационные потоки и распределение коммуникационных ролей. Понятие коммуникационной сети. Личностные коммуникационные сети: радиальные и взаимосвязанные. Групповые коммуникационные сети. Основные коммуникативные роли индивидов в группе.

Тема 8. Массовая коммуникация

Массовая коммуникация как процесс распространения информации с помощью технических средств на численно большие, рассредоточенные аудитории. Основные характеристики массовой коммуникации как процесса. Функции массовой коммуникации: информационная, социальной связи, обеспечение преемственности, рекреативная, мобилизационная и др. Основные виды массовой коммуникации: реклама, политическая коммуникация, связи с общественностью и журналистика.

Тема 9. Межкультурная коммуникация

Основные элементы межкультурного коммуникационного процесса. Коммуникация как конституирующая основа культуры. Культура как исторически передаваемая система представлений, выраженных в символических формах. Картина мира, этос и символические системы культуры. Специфика и разнообразие культурных порядков и культурных моделей. Интерпретативная роль культуры. Культурная заданность отправителя и получателя сообщения. Лингвистические, паралингвистические и экстралингвистические средства межкультурной коммуникации.

Тема 10. Политическая коммуникация

Понятие политической коммуникации. Структура, средства и модели политической коммуникации. Электоральная политическая коммуникация, политическая реклама и Public Relations. Особенности политической коммуникации в информационном обществе – электронная демократия и электронное правительство. Влияние новых информационных технологий на

изменение содержания и характера политической коммуникации, повышение роли интернет-технологий.

Практическая часть

Примеры заданий

1. Проведите операционализацию понятия «информационные потребности».

2. Проанализируйте приведенные ниже утверждения и укажите, какие из них являются истинными, а какие ложными:

1) в формальной группе не могут возникать неформальные коммуникации;

2) языковые различия могут стать барьером коммуникации;

3) наличие обратной связи не сказывается на результате коммуникационного процесса;

4) для работы в транснациональных корпорациях важна межкультурная компетентность менеджера.

Поясните ответы по каждому пункту.

3. Приведите аргументы «за» и «против» развития интернет-образования и использования информационных технологий в образовательном процессе.

4. Проинтерпретируйте определение понятия «фрейм», данное нидерландским специалистом по теории коммуникации Тёном Адрианусом ван Дейком (*Teun Adrianus van Dijk*): «Восприятие высказываний как определённых речевых актов ... базируется на более общих концептах, категориях, правилах и стратегиях. Это общее «знание» не является аморфным, оно организовано в концептуальные системы. Их можно описать в терминах фреймов. Фреймы ... являются единицами, организованными «вокруг» некоторого концепта, [содержащими] основную, типическую и потенциально возможную информацию, которая ассоциирована с [ним], ... имеют ... конвенциональную природу и поэтому могут определять и описывать, что в данном обществе является «характерным» или «типичным». Это особенно касается некоторых [эпизодов] социальной деятельности, таких, как посещение кинотеатра, поездки на поезде, обед в ресторане. ... Именно концептуальные фреймы (можно назвать их и «сценариями») определённым образом организуют наше поведение и позволяют правильно интерпретировать поведение других людей» (*Дейк, Т. А., ван. Контекст и познание. Фреймы знаний и понимание речевых актов / Т. А. ван Дейк // Дейк, Т. А., ван. Язык. Познание. Коммуникация. – М.: Прогресс, 1989. – 312 с. – С. 16.*).

ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

Основная литература

1. *Гавра, Д. П.* Основы теории коммуникации: учебник для академического бакалавриата / Д. П. Гавра. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Юрайт, 2017. – 282 с.
2. *Кастельс, М.* Власть коммуникации: учебное пособие / М. Кастельс; пер. с англ. Н. М. Тылевич. – 2-е изд. – М.: Высшая школа экономики, 2017. – 568 с.
3. Коммуникация: теория, методы исследований, технологии: учебное пособие / под ред. В. Р. Вашкевича [и др.]. – Минск: РИВШ БГУ, 2004. – 271 с.
4. *Коноваленко, М. Ю.* Теория коммуникации: учебник для академического бакалавриата / М. Ю. Коноваленко, В. А. Коноваленко. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Юрайт, 2020. – 415 с.
5. Основы теории коммуникации: учебник и практикум для вузов / Т. Д. Венедиктова [и др.]; под ред. Т. Д. Венедиктовой, Д. Б. Гудкова. – М.: Юрайт, 2022. – 193 с.
6. *Сидорская, И. В.* Теория коммуникации: учебно-методический комплекс для студентов факультета 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.* Коммуникация в организациях: учебное пособие / И. В. Сидорская. – Минск: БГУ, 2015. – 143 с.
8. *Терещенко, О. В.* Коммуникация социальная / О. В. Терещенко // Социологическая энциклопедия / под ред. А. Н. Данилова. – Минск: Беларуская энцыклапедыя, 2003. – С. 140–141.
9. *Фурс, В. В.* История наук об информации и коммуникации / В. В. Фурс. – Минск: БГУ, 2004. – 184 с.
10. *Чамкин, А. С.* Основы коммуникологии (теория коммуникации): учебное пособие / А. С. Чамкин. – М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. – 350 с.

Дополнительная литература

11. *Бретон, Ф.* Выбух камунікацыі / Ф. Бретон, С. Пру. – Мінск: Беларускі Фонд Сораса, 1996. – 336 с.
12. *Виргинский, В. С.* Очерки истории науки и техники 1870–1917 / В. С. Виргинский, В. Ф. Хотеев. – М.: Просвещение, 1988. – 304 с.
13. *Володенков, С. В.* Интернет-коммуникации в глобальном пространстве современного политического управления: навстречу цифровому обществу: монография / С. В. Володенков. – М.: Проспект, 2021. – 413 с.
14. *Гриффин, Э.* Коммуникация: теории и практики / Э. Гриффин. – Харьков: Гуманитарный Центр, Науменко А. А., 2015. – 688 с.

15. *Кирия, И. В.* История и теория медиа / И. В. Кирия, А. А. Новикова. – М.: ВШЭ, 2017. – 423 с.
16. Новые медиа: социальная теория и методология исследований: словарь-справочник / отв. ред. О. В. Сергеева, О. В. Терещенко. – СПб.: Алетейя, 2015. – 264 с.
17. *Познин, В. Ф.* От пиктограммы до Интернета. Краткий очерк развития средств информации и коммуникации / В. Ф. Познин. – СПб.: СПбГУ, 2001. – 357 с.
18. *Соловьев, А. И.* Современные технологии массмедиа: учебное пособие / А. И. Соловьев. – Минск: БГУ, 2018. – 279 с.
19. *Таратухина, Ю. В.* Деловые и межкультурные коммуникации: учебник и практикум для вузов / Ю. В. Таратухина, З. К. Авдеева. – М.: Юрайт, 2022. – 324 с.
20. Теория межкультурной коммуникации: учебник и практикум для вузов / Ю. В. Таратухина [и др.] – М.: Юрайт, 2022. – 265 с.