

эффективных решений, в том числе и управленческих, способность адекватного выхода из сложных ситуаций.

Можно заметить, что в последнее десятилетие наблюдаются тенденции к снижению уровня общей культуры и культуры взаимодействия, что усиливает потребность в формировании коммуникативной культуры врача-профессионала. Эту способность можно сформировать различными психолого-педагогическими технологиями. Этими вопросами занимались как зарубежные ученые, такие как Д.Брунер, Г.Гейс, Д.Кэрролл, так и отечественные – В.П. Беспалько, П.Я. Гальперин, Н.Ф. Талызина и др.

Согласно ФГОС, реализация компетентностного подхода предусматривает широкое использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий.

Следует отметить, что лекции оказывают влияние на формирование коммуникативной культуры лишь до 5 %, групповые дискуссии, обсуждения – до 25 %, деловые игры, кейс-технологии – до 60 %, индивидуальное и групповое проектирование – до 80 %, обучение других - 100 %. Таким образом, необходимо использовать в образовательном процессе активные и интерактивные технологии и активно вовлекать студентов в эту деятельность. Основными функциями активных и интерактивных технологий являются обучающая, коммуникативная, релаксационная, психотехническая, развивающая.

Компетентностный подход предъявляет свои требования ко всем компонентам процесса обучения – содержанию, педагогическим технологиям, средствам контроля и оценки. Главное здесь – это проектирование и реализация таких технологий обучения, которые создавали бы ситуации включения студентов в разные виды деятельности (общение, решение проблем, дискуссии, диспуты, выполнение проектов).

Библиографический список

1. Аболина Н.С. Практикум по развитию коммуникации: учебное пособие / Н.С. Аболина. Екатеринбург: Изд-во Рос.гос.проф.-пед.ун-та, 2012. 72 с.

УДК 316.77

Олешко Владимир Федорович  
доктор социологических наук, профессор,  
Уральский федеральный университет, Екатеринбург

### **СОЦИОЛОГИЯ МАССОВОЙ КОММУНИКАЦИИ: МОДЕЛИРОВАНИЕ КАК НОВЫЙ ВЕКТОР РАЗВИТИЯ**

Аннотация: Обосновано использование метода моделирования в социологии массовых коммуникаций

Ключевые слова: социология массовой коммуникации, моделирование

Oleshko Vladimir Fedorovich

### **SOCIOLOGY OF MASS COMMUNICATION: MODELING AS A NEW DIRECTION OF DEVELOPMENT**

Abstract: Justified the use of modeling method in Sociology of mass communications.

Keywords: Sociology of mass communication.

Социальная информация является той формой, в рамках которой происходит актуализация всего многообразия факторов и тенденций, влияющих на процессы, происходящие как внутри социальных групп, так и между группами, группой и обществом в целом. Безусловно, это требует теоретического осмысления, и в качестве одного из важнейших объектов междисциплинарных исследований современной социологии можно выделить сферу массовой коммуникации. Ведь социальные сдвиги и качественные перемены в общественной жизни новейшего времени, во взаимосвязи с перманентным развитием информационных технологий, с одной стороны, оказывают непосредственное воздействие на журналистику и массово-коммуникационные процессы в целом, радикально перестраивая параметры их функционирования, с другой – побуждают к активной разработке принципиально новых подходов в научном осмыслении роли массмедиа XXI века.

Сложность, полиморфность этого объекта с многомерной структурой влечет отказ от многих традиционных исследовательских подходов. Так, к примеру, развитие сетевого сообщества, практически повсеместное внедрение в нашу жизнь социальных сетей, даже в определенном смысле их конкуренция с журналистикой как социальным институтом, к числу первостепенных задач, имеющих научно-практическое значение, позволяет отнести не только традиционный анализ текстов, представленных в современной массово-коммуникационной практике, но и изучение форм и механизмов организации субъект-субъектных взаимоотношений средств массовой информации (СМИ) и аудитории, коммуникатора и конкретного реципиента, а также принципов и технологий организации их диалогового взаимодействия. Перспективным в связи с этим является путь описания изучаемых объектов с помощью модельного подхода.

Актуализированная социальной практика проблема взаимовлияния традиционной и так называемой гражданской журналистики с помощью данного метода позволяет не просто фиксировать, но и отслеживать развитие процесса расширения полисубъектности коммуникативной среды, а также, что очень важно, возрастание ее публицистического потенциала. Ведь всесвязанность и коммуникативная взаимозависимость, обусловленные Интернетом, спутниковой и мобильной связью, позволяют человеку сегодня практически в режиме реального времени получать огромные объемы информации. Вместе с тем, как свидетельствуют наши исследования, потребители, ежедневно, ежечасно, порой и ежеминутно подвергающиеся воздействию огромного количества субъектов информационной деятельности, ждут от источника не только новостей, но и способа выразить свое мнение по поводу волнующих их событий или фактов.

Социолог Никлас Луман замечал: потребители информации рано или поздно понимают, что массмедиа – экономические субъекты и регулируются прибылью. То есть продают не истину или объективную реальность, а товар. Но противоречие заключается в том, что других способов познать реальность, с

которой непосредственно познакомиться ты не можешь, у человека, как правило, нет. Следовательно, у любого думающего субъекта появляется необходимость потребления качественного на его взгляд товара. Но когда у аудитории средств массовой информации появляется возможность из многих каналов распространения знаний и сведений выбирать те, которые соответствуют их пониманию объективности, на первый план выходят СМИ и журналисты, для творчества которых доминирующим фактором является профессионализм и высокая творческая активность. Вместе с тем, глобальная Сеть сегодня активному пользователю предлагает и другие формы получения такого рода информации. Другое дело, что человек обычно не очень задумывается над вопросом: «А кто является источником информирования?» Понятие «зарегистрированное сетевое издание» (несущее по Закону о СМИ ответственность за объективность и достоверность распространяемой информации) в обыденном сознании чаще всего ничем не отличается от понятий «блог», «живой журнал» и т.п. Моделирование как метод и процесс прогнозного действия, направленного на учет не только интересов, но на формирование и развитие смыслоценностных потребностей аудитории, формируемых элитой общества и государственными институтами, является, на наш взгляд, в этих условиях остро востребованной практикой.

Массово-коммуникационная модель есть специфический гносеологический образ, отражающий с помощью актуальных социологических данных реальные объекты практики, и характеризуется прежде всего оперативной функциональностью, что делает ее гибким и эффективным методом научно-практического познания. Информационная среда – это такая сторона информационной сферы конкретной аудиторной группы или социума в целом либо его подсистем, которая непосредственно связана с информационными технологиями, образуя при этом определенную целостность. Следовательно, выделение и описание конкретной массово-коммуникационной деятельности субъектов можно произвести лишь с учетом процессов порождения, передачи, получения информации, ее интериоризации, принятия конкретных управленческих решений и т.д. Основываясь на таком подходе, можно оперировать как теорией «больших масс» (на уровне «СМИ» — «аудитория»), так и примерами результативных индивидуальных контактов или технологий (на уровне «коммуникатор» — «реципиент»). В результате исследований нами сделаны следующие выводы:

- метод моделирования направлен на развитие системного анализа массово-коммуникационных процессов и более полную реализацию принципа всесторонности изучения объекта исследования;
- моделирование массово-коммуникационной деятельности включает, наряду с информационно-содержательным аспектом, также языково-символические формы выражения, технические каналы и современные, постоянно модернизирующиеся средства выявления, обработки, распространения и хранения информации;
- метод моделирования массово-коммуникационной практики

проникает в современную социологию и теорию журналистики как развитие моделирующих возможностей методов типологии СМИ и метасистемного анализа сложных, состоящих чаще всего из синкретичных элементов, объектов массово-коммуникационной деятельности и технологий деятельности (реализации творческих возможностей) ее субъектов;

- особенность данных моделей как специфического гносеологического образа, отражающего реальные объекты социальной практики, состоит в их формализованности и оперативной функциональности, что делает их универсальным, гибким и эффективным методом научного познания;

- моделирование технологий массово-коммуникационной деятельности обусловлено анализом теории и обобщением современной практики деятельности средств массовой информации в условиях их технологического развития, разветвления информационных связей различных уровней, а также опытом продуктивной работы журналистов и других субъектов информационной деятельности (к примеру, блогеров, авторов «живых журналов» и т.д.) по установлению диалоговых (субъект-субъектных) отношений с реальной и потенциальной аудиторией

Необходимость использования метода моделирования в социологии массовой коммуникации обусловлена и тем обстоятельством, что в сегодняшней медиатедеятельности неизмеримо возросла роль личности индивидуального коммуникатора, способного определенным образом фокусировать, ретранслировать (перепостинг и троллинг – яркие примеры манипулирования при посредстве глобальной Сети) социальную информацию. К тому же фактом стало то, что сами традиционные СМИ развиваются сегодня в совершенно иных, конкурентных условиях. Гражданская журналистика при этом также становится одним из важных факторов развития не только диалоговых, но и конвентивных (договорных) стратегий. Следовательно, требуется социально-философское осмысление значения возникающих тенденций и гуманитарной миссии журналистики для будущего различных социальных групп, общества в целом. Не обнаружив доминанты данного развития, невозможно системно анализировать практическую деятельность в сфере массовой коммуникации, а также в сферах политики, культуры, ряде других.

УДК316.77:070

Олешко Евгений Владимирович,  
кандидат социологических наук, доцент,  
Уральский Федеральный университет, Екатеринбург

### **КОНВЕРГЕНТНАЯ ЖУРНАЛИСТИКА КАК ФАКТОР СОЦИОКУЛЬТУРНЫХ ТРАНСФОРМАЦИЙ В ИНФОРМАЦИОННОМ ОБЩЕСТВЕ**

Аннотация: Рассматриваются актуальные проблемы конвергентной журналистики.

Ключевые слова: Конвергентная журналистика, социокультурные трансформации, информационное общество.