

# **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ**

## **«Основы теории коммуникаций»**

### **Автор:**

Старший преподаватель  
Старший преподаватель  
Доцент к.э.н., доцент

Богуславский Сергей Михайлович  
Камоза Татьяна Михайловна  
Исаев Сергей Михайлович

**Код и наименование направления подготовки, профиля:** 42.03.01 Реклама и связи с общественностью направленность (профиль) «Реклама и связи с общественностью в государственном управлении»

**Квалификация (степень) выпускника:** бакалавр

**Форма обучения:** очная

### **Цель освоения дисциплины:**

Сформировать следующие компетенции:

ОПК-1

Способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связи с общественностью в различных структурах

ПК-7

Способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий

### **План курса:**

Тема 1. Концепции и модели коммуникации.

Проблемы коммуникации в науке XX-XXI века. «Дискурсивный поворот» в исследовании коммуникации. Коммуникация и язык в механистической (технократической) и деятельностной (интеракционистской) научной парадигме. Информационно-кодовые (Г. Лассуэлл, К. Шеннон - У. Уиверр, Н. Винер) и интеракционные модели коммуникации (Т. Ньюкомб, Э. Гоффман, Д. Шиффрин).

Тема 2. Коммуникация как процесс и структура.

Коммуникативный процесс: проблемы производства, кодирования, распространения, приема, декодирования и использования информации. Рациональная (волевая, произвольная) и импульсивная (спонтанная, непроизвольная, помимовольная) коммуникация. Коммуникативная деятельность и поведение.

Основные элементы коммуникативной структуры: источник сообщения (адресант, отправитель, коммуникатор), получатель сообщения (адресат, респондент, аудитория), мотив (цель) взаимодействия, сообщение, канал, код (язык), контекст (коммуникативная ситуация), обратная связь, шум (барьер).

### Тема 3. Средства коммуникации.

Знаковость (семиотичность) социальной коммуникации. Ключевые понятия семиотики: знак, знаковая система, семиозис. Билатеральность знака. Теория асимметричного дуализма С.О. Карцевского. Значение и значимость. Значение и смысл. Произвольность/мотивированность знака. Оппозиционность знака. Кумулятивность знака. Принцип системной конгруэнтности знака. Семиотическая триада: синтактика, семантика, прагматика. Типология знаков в концепции Ч. Пирса-Ч. Морриса: иконы, индексы, символы. Знаковые системы в онтогенезе и филогенезе (концепция А. Соломоника). Гомогенные и синкретические знаковые системы.

Структурно-семиотический и постструктуральный подходы к анализу знаковых систем. Принципы и понятия структурного анализа: оппозиция и дифференциация, инвариант и варианты, структура и доминанта, синхрония и диахрония. Принципы и понятия постструктурального подхода: преодоление принципа структурности, понятие поля и сети.

### Тема 4. Массовая коммуникация и медиа в социологическом дискурсе.

Коммуникация – вид социальной практики. Массовая коммуникация: определение. Типологии современных медиа. Коммуникативистика как наука о массовой коммуникации и ее средствах. Синтетические теоретические основы коммуникативистики. Журналисты, политологи, экономисты, культурологи, этнографы, психологи, филологи о массовой коммуникации. Социология массовой коммуникации: теоретический концепт и эмпирические исследования. Массовая коммуникация в информационном обществе. Социально-экономические, политические, культурологические и технологические факторы, определяющие роль массовой коммуникации в современном мире. Глобализация, дигитализация, конвергенция. Модели коммуникации. Трансмиссионная модель коммуникации. Ритуальная (обрядовая) модель коммуникации. Модель рекламы. Кодирование и декодирование дискурсов медиа: модель восприятия. Новые модели информационного потока.

### Тема 5. Теории и модели массовой коммуникации.

Массовая коммуникация как социальная система. Функции массовой коммуникации. Теория социального научения. Теория культивирования. Теории социализации. Теория использования и удовлетворения. Теория установления (навязывания) повестки дня. Когнитивная (конструктивистская) теория. П.Лазарсфельд о социальных функциях медиа. Структурно-функциональные модели современных систем массовой коммуникации (Абрахам Моль, Мелвин Де Флюэр, Н.Луман). Индустрия культуры и ее роль в современном обществе (М. Хоркхаймера и Т. Адорно). Массовая коммуникация в концепциях Маршала Маклюэна. Вещественно-знаковая модель коммуникации (Ж.Бодрийар). Массовая коммуникация и гиперреальность. Симулякры и

симуляция современного общества. Общество спектакля в работах Ги Дебора. Социологическая модель А. Н. Алексеева. Модель журналистики Е.П.Прохорова. Психологическая модель Герберта Малекке. Онтологическая модель журналистики. Модель Уилбура Шрамма. Модель телевизионной коммуникации Э.Г.Багирова. Социологическая модель М. Лауристин. Социально - психологическая модель Ю.В. Воронцова.

#### Тема 6. Средства массовой информации и общество.

Роль массовой информации в контексте базовых прав и свобод личности. У. Липпманна и Дж. Дьюи о роли СМИ в демократическом обществе. Концепции свободы печати Дж. Милтона, Дж. Локка. И. Бентама, Дж. Ст. Милля. Принцип свободы печати: прошлое и настоящее. Публичность, общественность в концепции Ю. Хабермаса. Государство и СМИ: нормативные теории. Модель независимой прессы. Модель социальной ответственности. Модель демократического представительства. Советская модель. Авторитарная модель. Модель развития.

#### Тема 7. Медiasреда современного общества.

СМИ как социальные институты. Понятие «медисреда». Структура медиасреды, основные институциональные образования, содержание и определяющие факторы развития. Территориальная картография медиасред. Особенности медиасреды Российского общества. Производители (правообладатели) медиасодержания (контента): профессиональные и непрофессиональные. Содержание (контент) современных медиа. Медiasодержание как социальная идентификация. Социальный класс в медиатекстах. Каналы дистрибуции контента, их институциональные форма. Конвергенция каналов дистрибуции. Аудитория – системообразующий фактор медиасреды. Медиаполитика современного общества.

#### **Формы текущего контроля и промежуточной аттестации:**

при проведении занятий лекционного типа: опросы

при проведении занятий семинарского типа: диспуты, доклады, рефераты

при контроле результатов самостоятельной работы студентов: домашние задания

Промежуточная аттестация проводится в виде зачета с оценкой в форме устного ответа на вопросы.

#### **Основная литература:**

Бакулев Г.П.	Массовая коммуникация. Западные теории и	Аспект Пресс	2016	<a href="http://www.iprbookshop.ru/56991.html">http://www.iprbookshop.ru/56991.html</a>
--------------	--	--------------	------	---

	концепции (3-е издание)			
Шарков Ф.И., Бузин В.Н.	Интегрированные коммуникации. Массовые коммуникации и медиапланирование	Дашков и К	2015	<a href="http://www.iprbookshop.ru/14342.html">http://www.iprbookshop.ru/14342.html</a>
Бузин В.Н., Бузина Т.С.	Медиапланирование. Теория и практика	ЮНИТИ- ДАНА	2015	<a href="http://www.iprbookshop.ru/52673.html">http://www.iprbookshop.ru/52673.html</a>
Киселёв А.Г.	Теория и практика массовой информации. Общество-СМИ- власть	ЮНИТИ- ДАНА	2015	<a href="http://www.iprbookshop.ru/52573.html">http://www.iprbookshop.ru/52573.html</a>