

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.О.07 «Теория и практика массовых коммуникаций»

Автор:

Старший преподаватель Богуславский Сергей Михайлович

Старший преподаватель Камоза Татьяна Михайловна

Доцент к.э.н., доцент Исаев Сергей Михайлович

Код и наименование направления подготовки, профиля:

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

«Управление социальными коммуникациями» (Liberal Arts)

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Форма обучения: очная

Цель освоения дисциплины: формирование способности учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах

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. Соломоники). 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.Бодрийяр). 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 Малецке. 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. Медиасреда современного общества.

СМИ как социальные институты. Понятие «медиасреда». 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. Медиасодержание 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:

В ходе реализации дисциплины используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

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 форме зачета с оценкой в форме устного ответа на два вопроса.

Основная литература:

1. Бакулев, Г.П. Массовая коммуникация. Западные теории и концепции (3-е издание) [Электронный ресурс]: учебное пособие для студентов вузов/ Бакулев Г.П.— Электрон. текстовые данные.— Москва: Аспект Пресс, 2016.— 192 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/56991.html> — ЭБС «IPRbooks».
2. Шарков, Ф.И. Интегрированные коммуникации: Массовые коммуникации и медиапланирование [Электронный ресурс]: учебник/ Шарков Ф.И., Бузин В.Н.— Электрон. текстовые данные.— Москва: Дашков и К, 2018.— 486 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/85187.html> — ЭБС «IPRbooks».
3. Киселёв, А.Г. Теория и практика массовой информации. Общество-СМИ-власть [Электронный ресурс]: учебник для студентов вузов, обучающихся по специальности «Связи с общественностью»/ Киселёв А.Г.— Электрон. текстовые данные.— Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2017.— 431 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/81693.html> — ЭБС «IPRbooks».