

Аннотация к рабочей программе дисциплины **Б1.Б.4 СОВРЕМЕННЫЕ ТЕОРИИ МАССОВОЙ КОММУНИКАЦИИ**

1. Цели освоения дисциплины

Целью освоения дисциплины (модуля) «Современные теории массовой коммуникации» является: подготовить выпускника магистратуры, владеющего концептуальным аппаратом современных теорий массовой коммуникации (СТМК), обладающего способностью диагностировать теоретическое и практическое содержание коммуникативных теорий (текстов по теории коммуникации), умеющего самостоятельно проводить анализ коммуникативных и информационных процессов (феноменов) в современном обществе и использовать коммуникационные технологии в своей профессиональной деятельности.

2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы (ОПОП)

Дисциплина (код) «Современные теории массовой коммуникации» относится к базовой части Блока 1 Дисциплин и читается в _1_ семестре _1_ курса.

Для освоения дисциплины «Современные теории массовой коммуникации» магистранты используют знания, умения, навыки, сформированные на предыдущем уровне образования в магистратуре.

Изучение дисциплины «Современные теории массовой коммуникации» является необходимой основой для последующего изучения дисциплин: учебного плана, прохождения практики, подготовки к итоговой государственной аттестации.

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

- готовностью осуществлять профессиональную деятельность, основываясь на знании современных концепций массовой коммуникации и положений теории журналистики, понимании спектра функций СМИ, как важнейшего социального института и средства социальной коммуникации, роли аудитории в процессе потребления и производства массовой информации (ОПК-3);
- готовностью осуществлять профессиональную деятельность, базируясь на знании современных медиасистем, их структуры, знания специфики российской и зарубежных национальных моделей СМИ (ОПК-4);
- готовностью аккумулировать, анализировать информацию из различных источников, необходимую для подготовки медиаконтента в форматах и жанрах повышенной сложности, разрабатывать аналитическое обоснование для медиапроектирования и

медиа моделирования, способностью общаться с экспертами, представителями различных областей деятельности, работать со статистикой, официальными материалами, данными опросов общественного мнения, медиаметрическими показателями (ПК-6).

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать: современные теории массовой коммуникации, понимать специфику массовых коммуникаций в системе социальных коммуникаций, сущность масскоммуникационного процесса, особенности массовой информации и функционирования СМИ как важнейшего вида массовой коммуникации в современном обществе.

Уметь: основываться на полученных знаниях в своей исследовательской или высококвалифицированной профессиональной журналистской деятельности.

Владеть: способностью отбирать и использовать в преподавательской деятельности необходимую информацию по проблемам современных теорий коммуникации с использованием современных средств и технологий коммуникации; навыками ведения дискуссии по проблемам коммуникации; способностью самостоятельно изучать и ориентироваться в коммуникативном пространстве массмедиа; 1-2-мя прикладными методиками коммуникативного действия в преподавательской практике.

4. Структура и содержание дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 академических часов.

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела
1	Теория коммуникации как наука и учебная дисциплина	Место теории коммуникации в системе социально-гуманитарных, естественных наук и новых коммуникативных дисциплин. Специфика изучения коммуникаций в технических дисциплинах, в философии, социологии, психологии, культурологии, политологии, лингвистике и др. Предмет дисциплины "Современные теории массовой коммуникации". Коммуникология, коммуникативистика, коммуникатика. Коммуникация - связь - общение - взаимодействие - информация: соотношение понятий. Характеристика основных концептуальных подходов в изучении социальной коммуникации в современной коммуникологии и коммуникативистике.

		<p>Влияние основных парадигм социально-гуманитарных наук на формирование современных представлений о "предметном поле" "Современных теорий массовой коммуникации". Четыре «коммуникативных взрыва». Специфика изучения коммуникаций в социологии психологии, культурологии и лингвистике. Возникновение и развитие социально-коммуникационных институтов. Изменение типа реципиента. Коммуникативные стратегии. Новые информационно-коммуникативные технологии. Основные закономерности эволюции социальной коммуникации.</p>
2	<p>Коммуникативный процесс и его структура. Основные модели коммуникации.</p>	<p>Критерии типологии коммуникаций: уровни, формы и виды коммуникаций. Внутрличностная коммуникация. Межличностная коммуникация. Коммуникации в группах. Межкультурная коммуникация и ее формы. Публичная коммуникация. Массовая коммуникация: основные виды. Аксиальные и ретинальные коммуникации. Глобальная коммуникация. Вербальная и невербальная коммуникации: основные виды. Коммуникативный акт и его структура. Понятие модели коммуникации. Основные модели коммуникативного процесса: модели Аристотеля, Квинтилиана, Г. Лассуэлла, К.Шеннона-У.Уивера, Н.Винера, Р.Якобсона, Ю. Лотмана, У. Эко, Ш. фон Туна, двухканальная модель речевой коммуникации, имиджевая модель и др. Теории "двухступенчатого и n-ступенчатого потока информации". Т.Парсонс о природе коммуникативного процесса. Модель "лидеров мнения". "Диффузная модель". Структура коммуникативного процесса и его элементы: источник-сообщение-кодирование/декодирование-канал-получатель-обратная связь, среда. Семиотический подход к коммуникации. Единица вербальной коммуникации: сообщение, имеющее смысл. Философский и лингвистический источники семиотики как</p>

		<p>науки об общих свойствах знаков и знаковых систем.</p> <p>Ч.Пирс: триадная модель знака и классификация знаков. Г.Фреге: денотат-концепт-знак. Ф.де Соссюр: знак как единство означаемого и означающего. Речь и язык. Язык как социальное явление и знаковая система. Основные функции речи и языка. Естественные и искусственные языки.</p> <p>Р. Барт: денотат, коннотат.</p> <p>Коммуникационный знак как социально признанное единство значения и имени.</p> <p>Ч.У.Моррис о структуре семиотики как семантики, синтактики и прагматики.</p> <p>Значение коммуникации молчания.</p> <p>Символическая структура молчания.</p> <p>Деструктивность речи (Ж. Батай). Молчание и внутренний диалог. "Критика языка" Ф. Маутнера.</p> <p>Особенности и природа невербальной коммуникации (НВК). Кинесика, мимика, взгляды, просодика и экстралингвистика, такесика, проксемика, ольфакторы, артефакты и др. "Открытые" и "закрытые" сигналы НВК. Общее представление о нервно-лингвистическом программировании.</p>
3	<p>Массовая коммуникация. Современные теории и концепции.</p>	<p>Современные СМК. Нормативные модели массовой коммуникации. История изучения коммуникации: начало, этапы, персоналии, концепции. Изучение коммуникаций в Европе: основные теории. Развитие исследований коммуникаций в США: основные школы и направления. Сущность и основные условия массовой коммуникации. Массовая коммуникация как ретиальная форма коммуникации. Реципиент массовой коммуникации. "Трехстадийная" модель распространения СМК (Д.Меррилл, Р. Ловенстайн). Пропаганда и информационные войны. Модели: "искривленного источника", легитимизации источника", анализ фреймов. Контент-анализ.</p> <p>Основные социальные функции массовой коммуникации (коммуникативная, информационная, социального контроля,</p>

		<p>познавательная, культурологическая, мобилизующая, психологической регуляции, развлекательная, манипулятивная, "рациональная" и "иррациональная" и др.). Основные теории изучения массовой коммуникации ("массового общества" и "массовой культуры"; политико-экономической; "agenda-setting"; "гегемонии СМИ"; "мозаичной" и "гуманистической" культуры А.Моля и др.)</p>
4	<p>Теории коммуникации как системные теории общества</p>	<p>Теория "коммуникативного действия Ю. Хабермаса. Моральное сознание как результат восхождения по коммуникативным ступеням (Л.Кольберг и Ю.Хабермас). Замена «субъект-центричного разума» «Коммуникативной рациональностью. «Децентрированное миропонимание». Когнитивный, интерактивный и экспрессивный модусы употребления языка и эмансипирующее воздействие дискурса. Этика дискурса. Коммуникация как «вовлечение другого». Перформативная установка – установка наблюдателя – перспектива третьего лица – обмен перспективами – построение «социального мира». Критика Р. Рорти «Теории коммуникативного действия» Ю.Хабермаса. Введение в системную теорию Н.Лумана. Концепция "реальности массмедиа" Н.Лумана. Массмедиа как трансцендентальная иллюзия реальности (Н.Луман). Обособление массмедиа. "Самореференция" и "инореференция". Эмерджентность и аутопойезис коммуникации. Система двоичного кода "информация/неинформация". Оперативная замкнутость и сопряжение коммуникативных систем.</p>
5	<p>Теории коммуникации в интерпретациях современного гуманитарного знания.</p>	<p>Соотношение понятий "коммуникация" и "общение". Структура и основные функции общения: коммуникативная, перцептивная, интерактивная. Манипуляция. Сущность социально-политического манипулирования. Социально-политические мифы как основа</p>

		<p>политического манипулирования. В.Парето, Ж.Сорель, Г.Лассуэлл, Р.Барт, Г.Шиллер и др. о политических мифах и политическом манипулировании. "Законы" геббельсовской пропаганды. Методы и способы политического манипулирования. Возможности и пути ограничения политического манипулирования. Коммуникация и "ложное сознание". Руморология (распространение слухов). Антропологическое измерение лжи. Ложь как условие развития сознания. Технологии укрывания лжи и выведения обмана в зоны патологической невидимости.</p>
--	--	---

Аннотация к рабочей программе дисциплины Б1.Б.5 СОВРЕМЕННЫЙ МЕДИАТЕКСТ

1. Цели освоения дисциплины

Целью освоения дисциплины «Современный медиатекст» является: сформировать понимание особенностей медиатекста, знание средств семиотики, риторики и логики, обеспечивающими их функционирование в культурном пространстве; умением анализировать прецедентные медиатексты; способность создавать новаторские медиатексты.

2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы (ОПОП)

Дисциплина (код) Б1.Б.5 «Современный медиатекст» относится к дисциплинам базовой части Блока 1 Дисциплин и читается в 1 семестре 1 курса.

Она базируется на комплексе разносторонних знаний о функционировании СМИ, полученных студентами в процессе изучения предшествующих дисциплин. Это понимание: роли журналистики в обществе, комплекса ее функций; специфики контента СМИ как особого типа медиапродукта; единства и взаимозависимости деятельности СМИ как общественной службы и коммерческого предприятия медиабизнеса, знакомство с позитивным в этом отношении опытом отечественных и зарубежных СМИ. Важнейшем также является осведомленность о принципах формирования типологической структуры системы СМИ, особенностях различных ее каналов, видов, типов, организации работы медиакомплексов и отдельных редакций; понимание журналистской деятельности как многоаспектной; знание основных технологических этапов подготовки медиапродукции и выпуска изданий, теле-, радиопрограмм (дисциплины «Система СМИ», «Основы

журналистской деятельности», «Техника и технология СМИ»).

Необходимым также является наличие знаний о правовом регулировании в сфере СМИ (дисциплина «Правовые основы журналистики»).

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

- готовностью следовать принципам создания современных медиатекстов для разных медийных платформ, способность учитывать их специфику в профессиональной деятельности (ОПК-5);
- готовностью аккумулировать, анализировать информацию из различных источников, необходимую для подготовки медиаконтента в форматах и жанрах повышенной сложности, разрабатывать аналитическое обоснование для медиапроектирования и медиамоделирования, способностью общаться с экспертами, представителями различных областей деятельности, работать со статистикой, официальными материалами, данными опросов общественного мнения, медиаметрическими показателями (ПК-6).

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать специфику медиатекста по сравнению с научным и художественным текстом;

- возможности использования мифов в медийных текстах;
- специфику дискурсивной природы медиатекста;
- основные понятия семиотики для интерпретации медийного текста;
- типологии аудитории и роль риторического тезауруса при создании медиатекста;
- иметь представление о когерентности и холономности как способах организации текстов в медийном пространстве;
- о специфике внешних и внутренних границ в медиатексте;
- об использовании принципов классической и неклассической риторики в порождении медиатекста;
- об энкратическом и акратическом языках в современном медийном пространстве;
- о суггестии и рационализации как способах воздействия на аудиторию;

Уметь выявлять манипулятивные приёмы и стратегии и их роль в медиатексте.

Владеть способностью на базе указанных знаний выделить актуальные проблемы современного медиатекста в целом и в определенной области, уметь использовать соответствующую информацию в профессиональной деятельности.

4. Структура и содержание дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы,
108 академических часа.

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела
1.	Тема 1. Медиатекст среди других типов текстов	Культура как набор языков и текстов. Когерентность и холономность – важнейшие показатели текста. Текст в медийном пространстве и медиатекст: общее и различное. Уровни когерентности медиатекста. Медиатекст как носитель семантической и эстетической информации. Внешние и внутренние границы медиатекста. Изоморфность и гомоморфность в медиатексте. Плотность и маркированность медиатекста.
2.	Тема 2. Типология медиатекстов	Медиатекст как дискурс и как жанр. Жанровая эволюция медиатекстов в XX – XIX веках. Расширение коммуникативного пространства медиатекстов. Радио, телевидение, интернет и возможности новых типов медиатекстов. Интерактивность медиатекстов. Блогосфера как новое пространство типологии медиатекстов.
3.	Тема 3. Семиотика медиатекстов	Понятие знака в медиатексте. Иконические, индексальные и символические типы знаков и их роль в формировании медиатекста. Вербальный и телесный языки, их использование в медиатексте для создания разных типов медийных текстов. Синтактика, семантика и прагматика в создании медиатекстов. Метод «бриколажа» К.Леви-Стросса и Ж.Деррида и его учёт при создании и интерпретации медийных текстов.
4.	Тема 4. Риторика медиатекстов	Логос, этос и пафос в медиадискурсе. Первичные и вторичные тексты в массовой коммуникации. Информативный, эмотивный и фигуративный дискурсы в медиатекстах. Формирование повестки дня как часть коммуникативной стратегии. Ось отбора и комбинации материала во вторичном тексте. Агонистика как показатель текстоформирования в медийном пространстве. Констатив и перформатив - важнейшие средства воздействия на аудиторию. Медиатексты и риторический

		тезаурус аудитории. Набор медийных текстов – способ конструирования медиaprостранства.
5.	Тема 5. Логика и теория аргументации в медиатексте	Неполнота формальной логики в построении и интерпретации медиатекста. Необходимость инновационных подходов к пониманию теоретических проблем современного медиатекста. Доксы и парадоксы – основные единицы аргументации в медиатексте. «Война языков» Р.Барта в медиaprостранстве XX – XIX веков. Энкратические и акратические языки. Обнаружение и изобретение аргумента – два способа воздействия в медиа тексте. Суггестия и рационализация и их соотношение в разных типах медийных текстов.