

## **Аннотация к рабочей программе дисциплины** **Б1.В.ОД.1. СОЦИОЛОГИЯ КОММУНИКАЦИЙ**

### **1. Цели освоения дисциплины**

Целью освоения дисциплины (модуля) «Социология коммуникаций» является: формирование у магистрантов понимания функционирования средств массовой коммуникации (СМК), способности ориентироваться, создавать и управлять информационно-коммуникационными процессами в основных средствах массовой информации (СМИ), а также выработка навыков применения полученных знаний в профессиональной деятельности.

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

Дисциплина (код) Б1.В.ОД.1 «Социология коммуникаций» относится к дисциплинам вариативной части Блока 1 Дисциплин и читается во 2 семестре 1 курса.

Дисциплина «Социология коммуникаций» находится в логической и содержательно-методической взаимосвязи с другими частями ОПОП магистратуры, куда входят основные дисциплины данного цикла: «Социология управления», «Государственное и муниципальное управление», «Теория организаций» и др., читаемые параллельно. Знание материалов дисциплины необходимо при выполнении научно-исследовательской работы, а также при практической работе магистров.

Освоению «Социологии коммуникаций» предшествует изучение таких гуманитарных и общепрофессиональных дисциплин как «Философия», «Культурология», «Политическая социология», «Социология», «Психология», «Социальная психология».

### **3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

- способностью свободно пользоваться русским и иностранными языками как средством делового общения; владением навыками редактирования и перевода профессиональных текстов (ОПК-1);
- способностью и готовностью профессионально составлять и оформлять научно-техническую документацию, отчеты, представлять результаты работы с учетом особенностей потенциальной аудитории (ОПК-3);
- способностью и умением использовать полученные знания в преподавании социологических дисциплин (углубленное знание

основных школ и направлений, способность к социологической рефлексии) (ПК-13).

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

- биографию, идеи ученых-коммуникативистов, внесших существенный вклад в развитие социологии коммуникации;
- основные модели коммуникации;
- базовые и усложненные понятия в коммуникативистике;
- виды, формы коммуникационных взаимодействий, в том числе массовой коммуникации;
- результаты важнейших зарубежных исследований в области эффектов массовой коммуникации;
- основные этапы развития коммуникативистики в России и зарубежом;
- направления развития современной коммуникативистики;
- социальный эффект коммуникации;
- основные источники информации для получения знаний о коммуникативистике.

Уметь:

- определять эффект коммуникативного воздействия на получателя информации;
- выявлять стереотипы, транслируемые каналами СМИ и принимать действия, разрушающие стереотипное восприятие реальности;
- использовать зарубежные источники информации для анализа функционирования коммуникационной системы;
- оперативно находить и анализировать информацию в современных электронных СМИ;

Владеть:

- специализированной лексикой и терминологией, применяемой в коммуникативистике;
- навыками проведения исследований в области для определения эффектов СМК и СМИ;
- навыками публичного выступления;
- компьютерными программами по созданию презентаций.

#### **4. Структура и содержание дисциплины**

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы, 72 академических часа.

<b>№ п/п</b>	<b>Наименование раздела дисциплины</b>	<b>Содержание раздела</b>
------------------	--	---------------------------

1.	Социология коммуникаций как научная дисциплина.	<p>Социология коммуникации как наука. Изучение коммуникации до Первой Мировой Войны. Бихевиоризм, символический интеракционизм, экзистенциализм. Состояние знаний о коммуникации во время Второй Мировой Войны. Пропаганда. Зарождение предмета «коммуникативистика». Зарождение массовой коммуникации. Мировые тенденции в коммуникативистике. Формы, виды и функции коммуникации. Каналы коммуникации. Классические модели коммуникации (Г. Лассуэл, У. Шрамм, Н. Винер). Одноступенчатая и двухступенчатая модель коммуникации. Средства массовой информации и средства массовой коммуникации. Основные направления в коммуникативистике на современном этапе. Основные направления коммуникативистики в России и зарубежом. Коммуникативистика в Западной Европе и США.</p>
2.	История развития исследований в области медиа-эффектов.	<p>В. Липпман и массовая коммуникация. Концепция «установки повестки дня». Эксперименты в Чапел Хилз. Ранние теории медиа-эффектов. Модель ограниченных эффектов. Концепция селективного восприятия. Г. Блюмер и исследования медиа-эффектов Фонда Пэйни. Хэдли Кантрил и «Вторжение марсиан». Гипотеза катарсиса. Теория социального обучения А. Бандуры. Теория культивации Дж. Гербнера. Исследование эффектов ТВ Дж. Гербнера. Исследования «общественного выбора» П. Лазерсфельда. М. Маклюэн и его влияние на коммуникативистику.</p>
3.	Современные исследования в области социологии коммуникаций.	<p>Типология МакКомба (Акапулькская типология). Исследование медиа-эффектов Д. Зиллмана и Дж. Вивера. Виды медиа-эффектов по типологии Дж. МакЛеода и Б. Ривза. ТВ-зависимость. Концепция парасоциальных отношений Б. Ривза и К. Насса. Парадигма «прямого» и «косвенного» воздействия СМИ. Мотивация обращения к ТВ и модель “Uses and gratification”. Модели “attitude construct” и “knowledge-attitude-</p>

		behavior”. Матрица медиа-эффектов К. Ховланда. Многоступенчатая модель убеждения.
--	--	---