

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Забайкальский государственный университет»
(ФГБОУ ВО «ЗабГУ»)

Факультет Историко-филологический

Кафедра «журналистики и связей с общественностью»

УЧЕБНЫЕ МАТЕРИАЛЫ
для студентов заочной формы обучения

по дисциплине «Современные теории массовой коммуникации»

для направления подготовки (специальности) 42.04.01 Реклама и связи с общественностью – магистерская программа «Коммуникативные технологии в связях с общественностью и рекламе»

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) – 108 часов, 3 зачетные единицы.

Форма текущего контроля в семестре – контрольная работа.

Курсовая работа (курсовой проект) (КР, КП) – нет.

Форма промежуточного контроля в семестре – зачет.

Семестр – 3.

Краткое содержание курса

Перечень изучаемых разделов, тем дисциплины (модуля).

Раздел 1. Предметное поле теории массовой коммуникации. Ключевые традиции и концепции в исследованиях массовой коммуникации. Этапы развития теории массовой коммуникации.

Раздел 2. Классификация теоретических подходов к теории МК. Социально-психологическая, семиологическая и культурологическая традиции в исследованиях массовой коммуникации. Системно-структурная и критическая традиции в исследованиях массовой коммуникации. Массовая коммуникация в контексте системно-функционального анализа. Теории Н. Лумана, П. Бурдьё и Ю. Хабермаса.

Раздел 3. Массовая коммуникация и идеология. Система отношений власть-бизнес-общество-СМИ. Массовая коммуникация в контексте теорий информационного общества.

Раздел 4. Современные медиасистемы и теории СМК, теории СМИ. Теория виртуализации общества.

Форма текущего контроля – контрольная работа

В соответствии с государственным образовательным стандартом и учебным планом студенты заочной формы обучения выполняют домашнюю контрольную работу по дисциплине «Современные теории массовой коммуникации».

Вопросы и задания контрольной работы разрабатываются профессорско-преподавательским составом кафедры журналистики и связей с общественностью. Во время или после окончания установочной сессии каждый из студентов заочного отделения должен получить свой вариант контрольного задания. При этом номер варианта контрольной работы должен соответствовать последней цифре номера зачетной книжки студента.

Поиск учебной, научной литературы и нормативного материала для выполнения контрольной работы осуществляется студентами самостоятельно. Выполненная контрольная работа должна быть загружена в личный кабинет студента. Проверку и рецензирование контрольных работ осуществляет преподаватель кафедры.

Студенты заочного отделения вправе обращаться за консультациями к преподавателям кафедры журналистики и связей с общественностью по любым вопросам, связанным с подготовкой и выполнением заданий контрольной работы.

Методические рекомендации по выполнению и оформлению контрольной работы

Процесс написания контрольной работы начинается с ознакомления студента с содержанием предложенных теоретических вопросов. На этом этапе от обучающегося требуется подключение знаний по основам методологии исследования, личной позиции к данной теме, настойчивость в достижении цели и профессионализм. Ему предоставляется право самостоятельно определить круг источников исследования и временные рамки.

Домашняя контрольная работа преследует следующие учебно-методические цели:

1. контрольная работа является одним из основных видов самостоятельной учебной работы студентов заочной формы обучения и служит формой контроля за освоением студентом учебного материала по дисциплине, уровнем его знаний, умений и навыков;

2. выполнение контрольной работы способствует формированию у студентов навыков самостоятельной работы с первоисточниками, учебной, научной и специальной литературой, позволяет выработать умения выделять в них главное, анализировать прочитанный материал, делать обобщения и выводы, логично излагать изученное;

3. работа над контрольным заданием позволяет систематизировать, закрепить и расширить знания по учебной дисциплине, повысить не только теоретическую, но и практическую подготовку студентов.

Студент самостоятельно изучает новую изданную литературу по дисциплине (по вопросам варианта контрольной работы), периодические издания и включает ее в список литературы, используемый им при подготовке контрольной работы.

Студенту необходимо творчески осмыслить изученную литературу и изложить содержание контрольной работы самостоятельно. При предварительной проработке вопросов обязательно должны быть использованы конспекты установочных лекций.

При выполнении контрольной работы не допускается дословное переписывание литературы, излагать материал необходимо четко, своими словами. При использовании литературных материалов ссылки на источники обязательны. Цитаты должны оформляться соответствующим образом (подстрочные постраничные примечания – ссылки на использованные источники). Заимствование чужого текста без ссылок расценивается как недобросовестность студента.

Обязательно использование научной литературы (статей из научных журналов) опубликованных не позднее пяти лет к моменту написания контрольной работы.

Оформление письменной работы согласно МИ-01-02-2018

[Общие требования к построению и оформлению учебной текстовой документации](#)

Варианты контрольных работ по дисциплине

Примечание: Напоминаем, что номер варианта контрольной работы должен соответствовать последней цифре номера Вашей зачетной книжки.

Вариант № 1

Вопрос 1. Теория привратника массовой коммуникации К. Левина. Формирование теории. Агенты влияния на отбор информации. Исследования процесса отбора. Проблемы ограничений в процессе отбора.

Вопрос 2. Хабермас и Луман: два подхода в исследовании процессов коммуникации в современном обществе.

Вариант №2

Вопрос 1. Концепции массовой коммуникации в исследованиях зарубежных ученых.

Вопрос 2. Тенденции развития современных медиасистем и актуальные концепции теории СМК

Вариант № 3

Вопрос 1. Теория культивации Дж. Гербнера. Сущность теории. Свойства символической реальности. Культивация мифологических образов. Мифодизайн в рекламе. Формы и направления мифологизации современного информационного пространства России

Вопрос 2. Критическая теория и виртуализация общества.

Вариант № 4

Вопрос 1. Теории эффектов массовой коммуникации.

Вопрос 2. Концепции аудитории в массовых коммуникациях.

Вариант № 5

Вопрос 1. Социально-психологическая, семиологическая и культурологическая традиции в исследованиях массовой коммуникации.

Вопрос 2. Социоориентированные концепции. Б. Бэгдикян о монополизации СМИ. Концепция коммодификации аудитории Д. Смайта.

Вариант № 6

Вопрос 1. Системно-структурная и критическая традиции в исследованиях массовой коммуникации.

Вопрос 2. Постмодернистская традиция в исследованиях массовой коммуникации.

Вариант № 7

Вопрос 1. Массовая коммуникация в контексте системно-функционального анализа.

Вопрос 2. Социолингвистический подход в теории массовой коммуникации.

Вариант № 8

Вопрос 1. Массовая коммуникация и идеология.

Вопрос 2. Технократический подход к изучению коммуникации. Интеракционный подход.

Вариант № 9

Вопрос 1. Система отношений власть-бизнес-общество-СМИ.

Вопрос 2. Критическая традиция в исследованиях массовой коммуникации.

Вариант № 0

Вопрос 1. Массовая коммуникация в контексте теорий информационного общества.

Вопрос 2. Концепция медиатизации культуры Дж.Томпсона. Работа В.Борева и А.Коваленко «Культура и массовая коммуникация». Теория медиагенезиса.

Форма промежуточного контроля - зачет

Перечень примерных вопросов для подготовки к зачету

1. ПРЕДМЕТ И БАЗОВЫЕ АСПЕКТЫ ТЕОРИИ КОММУНИКАЦИИ. Понятия «информация» и «коммуникация», «коммуникативный процесс», «коммуникативное событие» и др. Законы теории коммуникации. Предметное поле теории массовой коммуникации.

2. МАССОВАЯ КОММУНИКАЦИЯ. Содержание понятий: коммуникация, массовая коммуникация, средства массовой коммуникации (СМК), средства массовой информации (СМИ), массмедиа. Специфика массовой коммуникации. Этапы развития СМК (коммуникативные революции СМК).

3. КЛАССИФИКАЦИЯ ТЕОРЕТИЧЕСКИХ ПОДХОДОВ К ТЕОРИИ МАССОВОЙ КОММУНИКАЦИИ. Социолингвистический подход в теории массовой коммуникации. Технократический подход к изучению коммуникации. Интеракционный подход.

Семиологическая традиция в исследованиях массовой коммуникации. Массовая коммуникация как знаково-символический процесс. Семиотика Ч. Пирса. Массовая коммуникация и концепция относительности реальности Э.Сепира и Б.Уорфа. Работы Ю.М. Лотмана по семиотике СМК.

Социально-психологическая традиция в исследованиях массовой коммуникации. Истоки: работы Г. Лебона и Г.Тарда. Теория установления повестки дня М.Маккомбса и Д.Шоу. Работа Т.М. Дридзе «Текстовая деятельность в структуре социальной коммуникации». Работа Э. Ноэль-Нойман «Общественное мнение: открытие спирали молчания».

Культурологическая традиция в исследованиях массовой коммуникации. Истоки: работы представителей Франкфуртской школы. Работа М.Маклюэна «Понимание медиа». Социодинамическая теория массовой коммуникации А.Моля: «Социодинамика культуры». Концепция медиатизации культуры Дж.Томпсона. Работа В.Борева и А.Коваленко «Культура и массовая коммуникация». Теория медиагенезиса.

Критическая традиция в исследованиях массовой коммуникации. Понятия «индустрия культуры» и «массовая культура». Работа Н.Постмана

«Развлекая себя до смерти». Значение представителей Франкфуртской школы в развитии теории массовой коммуникации.

Системно-структурная традиция в исследованиях массовой коммуникации. Основные структурно-функциональные модели массовой коммуникации: модель коммуникационного акта и модель двухступенчатого потока коммуникации. Теория массово-коммуникационных эффектов Д.Маккуэйла.

Постмодернистская традиция в исследованиях массовой коммуникации. Работа Г.Дебора «Общество спектакля». Массовая коммуникация и гиперреальность. Масс-медиа как средство конструирования реальности. Первичная и вторичная реальность. Функции массовой коммуникации по Н.Луману. Работы Н.Лумана «Реальность масс-медиа» и «Медиа коммуникации».

4. МАССОВАЯ КОММУНИКАЦИЯ И ОБЩЕСТВО. Медиаориентированный подход. Технологический детерминизм Г. М. Маклюэна. Теории информационного общества (Д. Белл, Э. Тоффлер, П. Дракер, М. Кастельс). Социоориентированные концепции. Б. Бэгдикян о монополизации СМИ. Концепция коммодификации аудитории Д. Смайта.

5. МОДЕЛИ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ СМИ И ВЛАСТИ. Свобода слова и общественный контроль за деятельностью СМИ. Нормативные теории медиа (модель независимых массмедиа и свободного рынка идей, теория социальной ответственности, модель демократического представительства, авторитарная модель, «советская» модель, модель развития). П. Лазарсфельд и Р. Мертон о механизмах социокультурного влияния массмедиа. Теория культивации Дж. Гербнера.

6. СОВРЕМЕННЫЕ МЕДИАСИСТЕМЫ И АКТУАЛЬНЫЕ ТЕОРИИ СМК, ТЕОРИИ СМИ. Информационная концепция коммуникации. Классификация теорий СМИ (включая структуру теорий СМИ в России, традиции исследований российских СМИ). Контент, каналы и аудитория в новом тысячелетии.

Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

Основная литература

1. Герасимова, С.А. Культурология и теория телекоммуникации (для бакалавров) / С.А. Герасимова. – М.: КноРус, 2016. – 112 с.

2. Голуб, О.Ю. Теория коммуникации: Учебник / О.Ю. Голуб, С.В. Тихонова. – М.: Дашков и К, 2016. – 388 с.

3. Гойхман, О.Я. Основы теории коммуникации: Учебное пособие / О.Я. Гойхман, Л.М. Гончарова, В.И. Дубинский. – М.: Инфра-М, 2018. – 253 с.

4. Коноваленко, М.Ю. Теория коммуникации: Учебник для бакалавров / М.Ю. Коноваленко, В.А. Коноваленко. – Люберцы: Юрайт, 2016. – 415 с.

5. Мандель, Б.Р. Современная психология массовых коммуникаций: история, теория, проблематика [Текст] : учебное пособие для обучающихся в магистратуре / Б. Р. Мандель. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2016. – 437 с.
6. Нахимова, Е.А. Основы теории коммуникации: Учебное пособие / Е.А. Нахимова, А.П. Чудинов. – М.: Флинта, 2015. – 164 с.
7. Савинова, О.Н. Коданина, А.Л. Современные теории массовых коммуникаций/ Учебно-методическое пособие. – Нижний Новгород: Нижегородский университет, 2018. – 26 с.
8. Чамкин, А.С. Основы коммуникологии (теория коммуникации): Учебное пособие / А.С. Чамкин. – М.: Инфра-М, 2018. – 384 с.
9. Шарков, Ф.И. Коммуникология: основы теории коммуникации: Учебник для бакалавров / Ф.И. Шарков. – М.: Дашков и К, 2016. – 488 с.

Дополнительная литература

1. Бакулев, Г.П. Массовая коммуникация: западные теории и концепции: Учеб. пособие для студентов вузов. – М.: Аспект Пресс, 2010. – 192 с.
2. Вартанова, Е.Л. Постсоветские трансформации российских СМИ и журналистики [Текст] / Е. Л. Вартанова. – Москва : МедиаМир, 2013. – 277 с.
3. Голуб, О. Ю., Тихонова С. В. Теория коммуникации: Учебное пособие. – Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2011. – 338 с.
4. Зосименко, И.А. Социология массовых коммуникаций : учебник / И.А. Зосименко. – Ульяновск: УлГТУ, 2013. – 357 с.
5. Коломиец, В.П. Медиасоциология: теория и практика. – М.: НИПКЦ Восход-А, 2014. – 328 с.
6. Ключев, Ю. В. . Теория и практика массовой информации [Электронный ресурс] : учебное пособие / Ю. В. Ключев. – Москва; Берлин : ДиректМедиа, 2015. – 100 с.
7. Марков, А.А., Молчанова, О.И., Полякова Н.В. Теория и практика массовой информации. Учебник / под общ. ред. А.А. Маркова. – М.: ИНФРА-М, 2014. – 252 с.
8. Маклюэн, М. Галактика Гутенберга. Становление человека печатающего. The Gutenberg Galaxy. The Making of Typographic Man / М. Маклюэн. – 2-е изд. – М. : Академический проект, 2013. – 496 с.
9. Назаров, М.М. Массовая коммуникация и общество. Введение в теорию и исследования. – М.: Аванти-плюс, 2014. – 428 с.
10. Пую, А.С., Бодрунова, С.С. Медиакратия: современные теории и практики. – СПб.: Изд-во С.-Петербур. ун-та, 2013. – 420 с.
11. Тавокин, Е.П. Массовая коммуникация: сущность и состояние в современной России [Текст] : монография / Е. П. Тавокин ; Дипломатическая

акад. МИД России. – Изд. 2-е, испр. и доп. – Москва : Восток-Запад, 2011. – 236 с.

12. Федотова, Л. Н. Социология массовых коммуникаций. Теория и практика : учебник для бакалавров / Л. Н. Федотова. – 5-е изд., перераб. и доп. – М. : Издательство Юрайт, 2014. – 603 с.

13. Фомичева, И.Д. Социология СМИ : учебное пособие / И.Д. Фомичева. – 2-е изд., испр. и доп. – М. : Аспект Пресс, 2012. – 359 с.

14. Хезмондалш, Д. Культурные индустрии / Пер. с англ. И. Кушнаревой; Под науч. ред. А. Михалевой. – М.: Изд. дом ВШЭ, 2014. – 456 с.

15. Шарков, Ф.И. Коммуникология: социология массовой коммуникации : учебное пособие / Ф.И. Шарков ; Международная академия бизнеса и управления, Институт современных коммуникационных систем и технологий. – 3-е изд. – М. : Дашков и Ко : Альтехсофт «Издательство Шаркова», 2013. – 319 с.

16. Яковлев, И.П. Современные теории массовой коммуникации. – СПб.: Роза мира, 2004. – 94 с.

Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы

1. Справочная правовая система ГАРАНТ (интернет-версия): <http://www.garant.ru>

2. Электронная библиотека РУКОНТ. URL: <http://rucont.ru/>

3. Электронно-библиотечная система IPRbooks. URL: <http://www.iprbookshop.ru/>

4. Федеральный портал «Российское образование». URL: <http://www.edu.ru/>

5. Философский портал. URL: <http://www.philosophy.ru>

6. Портал «Гуманитарное образование». URL: <http://www.humanities.edu.ru/>

7. Энциклопедический словарь. URL: http://www.dict.t-mm.ru/enc_sl/

8. Библиотека Российского фонда фундаментальных исследований. URL: <http://www.rfbr.ru/rffi/ru/books>

9. Каталог образовательных интернет-ресурсов. Журналистика. URL: http://www.edu.ru/modules.php?op=modload&name=Web_Links&file=index&l

10. Литература по журналистике. URL: <http://www.journ-lessons.com/litra.html>

11. Мастера школы журналистики. URL: <http://www.master-school.ru/master/8>

12. Санкт-Петербургский государственный университет. Методы и результаты исследования. URL: www.mediaspb.ru

13. Страноведческая журналистика. URL: <http://www.geografia.ru/etica.html>

