

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ** «**ДОНСКОЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

**(ДГТУ)**

Кафедра «Связи с общественностью»

**МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

**«ТЕОРИЯ И МЕТОДОЛОГИЯ СОВРЕМЕННОЙ КОММУНИКАТИВИСТИКИ»**

**(для студентов заочной формы обучения по направлению**

**42.04.05 Медиакоммуникации)**

Ростов-на-Дону

2021 г.

Цель дисциплины «Теория и методология современной коммуникативистики» состоит в формировании у студентов комплексного представления о феноменологических и функциональных характеристиках социальной коммуникации в современном обществе, создании теоретико-методологического базиса для последующего изучения дисциплин профессионального цикла, формировании навыков общекультурных и профессиональных компетенций в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по данному направлению подготовки. Задачи дисциплины:

- сформировать представление о роли коммуникационных процессов в межличностной, социальной, политической, экономической, культурной, образовательной и научной сферах;

- освоить методы и средства организации эффективных коммуникаций в зависимости от социокультурных факторов, целей и задач профессиональной деятельности;

- сформировать знания в области рекламы и связей с общественностью как специфических коммуникативных практик, изучить основные тенденции и перспективы их развития в современном обществе.

Дисциплина «Теория и методология современной коммуникативистики» входит в вариативную часть обязательных дисциплин. Изучение дисциплины осуществляется в 1-м семестре. Дисциплина «Теория и методология современной коммуникативистики» логически и понятийно связана с такими дисциплинами, как «Интегрированные маркетинговые коммуникации», «Современные концепции бизнес-коммуникаций», «PR и реклама в новых медиа», «Корпоративная культура и внутренние коммуникации» и др.

Студенты, завершившие изучение дисциплины «Теория и методология современной коммуникативистики», должны обладать следующими компетенциями:

- способностью организовать многостороннюю (в том числе межкультурную) коммуникацию и управлять ею (ОПК-3);

- способностью строить профессиональную деятельность, бизнес и делать выбор, руководствуясь принципами социальной ответственности и общественного интереса, а также общественно-ориентированной миссией профессий, связанных с медиакоммуникацией (ОПК-7).

Студенты должны знать:

- категориальный аппарат дисциплины;

- виды, средства, формы и методы коммуникаций;

- необходимые для профессиональной деятельности концепции и модели социальной коммуникации.

Студенты должны уметь:

- анализировать значимые социокоммуникативные проблемы и процессы;

- уметь применять методы и средства организации эффективных коммуникаций в зависимости от социокультурных факторов, целей и задач профессиональной деятельности.

Студенты должны владеть:

- базовыми навыками общения, ведения переговоров, установления внутренней и внешней коммуникации;

- методами коммуникации в кросс-культурном пространстве.

Основными формами организации обучения, освоения студентами материала, предусмотренного курсом «Теория и методология современной коммуникативистики», являются лекции, самостоятельная работа и др.

Лекция – форма изучения нового материала. Основная дидактическая цель лекции – сформировать у студентов систему знаний об изучаемом объекте. Значение лекции состоит в том, что она направлена на развитие логического мышления, освоение научных методов, служит основой для самостоятельной работы студентов, развивает интеллектуальную и мотивационную сферы личности. Выбор типа лекции зависит от цели, содержания учебного материала и т.п. В рамках преподавания дисциплины «Теория и методология современной коммуникативистики» реализуются вводные, информационные, проблемные, обзорные лекции. Как правило, лекция завершается тем, что студентам предлагаются вопросы и задания для самостоятельной работы, перечень литературы. Целью этого задания может быть как закрепление полученных знаний, так и подготовка к предстоящему практическому занятию.

Важная составляющая освоения студентами учебного материала – организация их самостоятельной познавательной деятельности. Самостоятельная работа является одним из средств подготовки к активной самообразовательной работе и в этом состоит ее основная дидактическая цель. Студентам предлагаются следующие формы самостоятельной работы: работа с учебной и справочной литературой (задачи – выделение главного, систематизация, анализ, обобщение и т.д.); выполнение сквозных и индивидуальных заданий по циклам дисциплины; разработка студентами методических материалов по предмету (схем, таблиц, опорных конспектов и т.д.); подготовка к наиболее ответственным или интегративным практическим работам; конкурсное выполнение разных заданий; самостоятельное изучение дисциплин под контролем преподавателя; выполнение специально подготовленных заданий развивающего характера (цель – более глубокое и прочное усвоение важных положений предмета) и др.

Контрольная работа – одна из основных форм межсессионных заданий для студентов заочной формы обучения.

Письменные работы выполняются по специальной тематике контрольных работ, составленной кафедрой «Связи с общественностью» на основе учебной программы курса «Теория и методология современной коммуникативистики».

Согласно учебному плану студент заочной формы обучения обязан выполнить одну контрольную работу за семестр. Номер контрольной работы должен соответствовать последней цифре номера зачетной книжки студента.

Контрольная работа должна состоять из введения, основной части и заключения. Во введении следует дать обоснование важности и актуальности избранной темы, сформулировать задачи работы, осуществить обзор использованной литературы и источников. При раскрытии основных вопросов необходимо обеспечить их полное соответствие формулировкам плана. Каждый раздел основной части должен завершаться краткими выводами. Заключение контрольной работы не должно содержать новых фактических данных. В нем резюмируется содержание работы, делаются четкие выводы по всей теме. Контрольная работа должна быть написано грамотно, необходимо стремиться к ясному и четкому стилю изложения материала. Приводимые в тексте цитаты необходимо снабжать ссылками на источники. В конце контрольной работы приводится список литературы (в алфавитном порядке), использованной студентом, при этом следует использовать преимущественно литературу последних лет издания, не менее пяти наименований.

Заключительный этап – оформление контрольной работы. Контрольная работа выполняется на стандартных листах белой бумаги формата А4. Текст работы должен быть набран на компьютере: шрифт Times New Roman, размер кегля – 14, межстрочный интервал – 1,5. Поля: слева – 3 см; сверху и снизу – 2,0 см; справа – 1,5 см. Красная строка – 1,25 см. Объем контрольной работы – 15-20 страниц. Нумерация страниц – сквозная. Номера страниц на титульном листе и втором листе с планом контрольной работы не ставятся. Каждый раздел работы, имеющий свой заголовок, начинается с новой страницы. Заголовок помещается в её верхней части и выделяется более крупным или жирным шрифтом.

При выполнении всех требований, предъявляемых к контрольной работе, студент получает положительную рецензию. Все замечания, указанные в рецензии, необходимо учесть, то есть внести дополнения и изменения к основному тексту на дополнительных листах. На зачете или экзамене студент представляет экзаменатору свою контрольную работу, рецензию и текст дополнений.

Если контрольная работа не соответствует изложенным выше требованиям, то она не зачитывается. Студент обязан переработать ее полностью или отдельные разделы в соответствии с полученными замечаниями. Сроки представления контрольной работы при этом не изменяются.

Для проверки выполнения студентами указаний, сделанных преподавателем в рецензиях, и для методической помощи студентам проводятся собеседования в сроки, установленные деканатом. Результаты собеседований засчитываются преподавателем при выставлении зачетов по итогам работы студентов в период зачетно-экзаменационной сессии.

Студенты, получившие зачет за выполненную контрольную работу, допускаются к сдаче зачета по дисциплине «Теория и методология современной коммуникативистики».

**Темы контрольных работ:**

1. Категория социальной коммуникации: сущность, основные подходы к определению

2. Эволюция социальных коммуникаций. Трансформация общественных коммуникативных систем.

3. Теоретико-методологические основания коммуникологии как науки о коммуникациях

4. Процессно-информационный подход к изучению социальной коммуникации

5. Социальная информация: сущность, виды и функции.

6. Семиотический методологический подход к изучению социальной коммуникации

7. Понятие и структура знака. Концепции и модели знака Ф де Соссюра, Ч. Пирса, Г. Фреге, Огдена и Ричардса.

8. Информационно-семиотическое поле культуры. Виды коммуникационных знаков и знаковых систем.

9. Интеракционный подход к изучению социальной коммуникации

10. Функции социальной коммуникации. Социализация, личностная и социальная идентификация как коммуникативные процессы.

11. Генезис и развитие социологических концепций и теорий массовой коммуникации

12. Структурно-функциональный подход к изучению массовой коммуникации

13. Семиологические подходы в исследовании массовой коммуникации

14. Исследования идеологической функции массовой коммуникации в рамках социологической теории

15. Средства коммуникации и теория масс-медиа М. Мак-Люэна

16. Информационное общество: сущность, основные концептуальные подходы

17. Сетевые коммуникации и информационное общество М. Кастельса

18. Современные социально-философские концепции диалога

19. Социально-коммуникативные технологии: сущность, типология и функции

20. Коммуникативная личность: содержание понятия, модели и компетенции

21. Политическая коммуникация: содержание и роль в современном обществе

22. Межкультурная коммуникация: понятие, уровни и формы

23. Реклама как специфическая коммуникация: понятие, функции, особенности развития в современном обществе

24. Связи с общественностью как специфическая коммуникация: понятие, модели, функции, особенности развития в современном обществе

25. Пропаганда как специфическая социальная коммуникация

**Вопросы к зачету**

1. Коммуникология, коммуникативистика, теория коммуникации: проблема теоретической идентификации

2. Коммуникативистика как отрасль научного знания. Объект и предмет коммуникологии

3. Методологический инструментарий и функции коммуникативистики

4. Категориальный аппарат коммуникативистики

5. Социальная коммуникация как объект исследований в рамках философии, социологии, психологии, политологии, культурологии, лингвистики

6. Основные подходы к определению понятия «социальная коммуникация»

7. Элементы коммуникативного процесса

8. Структурные модели социальной коммуникации

9. Функции социальной коммуникации (социализации, интернализации, формирования личностной и социальной идентичности)

10. Функции социальной коммуникации (социальной интеграции, достижения социального согласия, формирование морального сознания общества, гражданского самосознания, политической аккультурации)

11. Социальная информация: сущность, виды и функции

12. Семиотика социальной коммуникации. Объект и предмет семиотики социальной коммуникации.

13. Понятия «знак» и «знаковая система». Основные типы знаков и знаковых систем

14. Концепция знака Ф. де Соссюра. Модели знака Ч. Пирса, Г. Фреге, Огдена и Ричардса

15. Информационно-семиотический подход к культуре. Культура как мир артефактов, смыслов, знаков

16. Семиотические модели коммуникации Р. Якобсона, Ю. Лотмана, У. Эко

17. Понятие массовой коммуникации. Структура массовой коммуникации

18. Понятие и типология субъектов массовой коммуникации

19. Функции массовой коммуникации в современном обществе

20. Массовое сознание как объект массово-коммуникативной деятельности

21. Понятие и уровни межкультурной коммуникации

22. Аккультурация, культурная экспансия, культурная диффузия, культурный конфликт как формы межкультурной коммуникации.

23. Реклама как специфическая социальная коммуникация. Коммерческая, политическая, социальная реклама

24. Связи с общественностью как специфическая социальная коммуникация. Модели связей с общественностью.

25. Пропаганда как специфическая социальная коммуникация

**Литература**

1. Гавра Д.П. Основы теории коммуникации: для бакалавров и специалистов: учеб. пособие для вузов / Д.П. Гавра. - СПб.: Питер, 2011. - 284 с.

2. Головлева Е.Л. Теория и практика современной коммуникации: учебник / Е. Л. Головлева, Д. А. Горский. - Москва: Московский гуманитарный университет, 2017. - 192 c.

3. Голуб О.Ю. Теория коммуникации: учебник / О. Ю. Голуб, С. В. Тихонова. - Москва: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2016. - 338 c.

4. Гостенина В.И. Социология массовой коммуникации: Учебник / В.И. Гостенина, А.Г. Киселев - 2-е изд., перераб. - Москва: Издательский дом "Альфа-М": ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2013. - 336 с.

5. Елина Е.А. Семиотика рекламы (2-е издание): учебное пособие / Е. А. Елина; Е.А. Елина. - Москва: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2016. - 137 c.

6. Международный научный журнал «Коммуникология» [Электронный ре-сурс] – Режим доступа. – URL: http://www.communicology.us/

7. Назаров М.М. Массовая коммуникация и общество: введение в теорию и исследования / М. М. Назаров; РАН. - 4-е изд., перераб. и доп. - Москва: УРСС, 2010. - 354 с.

8. Назарчук А.В. Теория коммуникации в современной философии / А.В. Назарчук. – Москва: Прогресс-Традиция, 2009.

9. Ореховская Н.А. Социальные коммуникации: Учебник / Н.А. Орехов-ская. - Москва: Издательский дом "Альфа-М" : ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2014. - 224 с.

10. Ореховская Н. А. Массовое сознание как объект информационно-коммуникативных PR-технологий: монография / Н. А. Ореховская. - Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2015. - 156 с.

11. Основы теории коммуникации: учебник / Под ред. проф. М.А. Василика. – М.: Гардарики, 2007. – 615 с.

12. Панкратов Ф.Г. Основы рекламы: учебник / Ф. Г. Панкратов, Ю. К. Баженов, В. Г. Шахурин. - 14-е изд., перераб. и доп. - Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2017. - 538 с.

13. Рот. Ю. Межкультурная коммуникация. Теория и тренинг: учебно-методическое пособие / Ю. Рот, Г. Коптельцева. - Москва: Юнити-Дана, 2015. - 223 с.

14. Савруцкая Е.П. Связи с общественностью: Вводный курс; учебное пособие / Е.П. Савруцкая. - 2-е изд., доп. и перераб. - Москва: Директ-Медиа, 2014. - 239 с.

15. Садохин А.П. Межкультурная коммуникация: учеб. пособие для вузов / А. П. Садохин. - Москва: Альфа-М: ИНФРА-М, 2013. - 287 с.

16. Сироткин Д.М. Массовое сознание как предмет социально-психологического исследования / Д. М. Сироткин. - Москва: Лаборатория книги, 2011. - 138 с.

17. Франц В.А. Управление общественным мнением: учебное пособие / В. А. Франц. - Управление общественным мнением. - Екатеринбург: Ураль-ский федеральный университет, ЭБС АСВ, 2016. - 136 c.

1. Чамкин А. С. Социология коммуникации: Учебное пособие / А.С. Чамкин. - Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2013. - 295 с.
2. Чумаков А. Н. Меняющиеся ценности в современном мире / А. Н. Чу-маков. - Москва: Вузовский учебник: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2018. - 278 с.

20. Шарков Ф.И. Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг; учебное пособие / Ф.И. Шарков. - Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. - 324 с.

21. Шарков Ф.И. Коммуникология: основы теории коммуникации / Ф.И. Шарков. - Москва: Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2017. - 488 с.

22. Шарков Ф.И. Интегрированные коммуникации: массовые коммуникации и медиапланирование; учебник / Ф. И. Шарков, В. Н. Бузин; под общ. ред. Ф. И. Шарков. - Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2017. - 486 с.