

АННОТАЦИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

«Основы теории коммуникации»

Дисциплина «Основы теории коммуникации» является частью программы бакалавриата «Реклама и связи с общественностью (общий профиль, СУОС)» по направлению «42.03.01 Реклама и связи с общественностью».

Цели и задачи дисциплины

Цель дисциплины – формирование способности определять, анализировать и описывать целевые аудитории (стейкхолдеров), каналы коммуникации с ними и коммуникационную среду для реализации стратегии коммуникаций (ПКО-3). Задачи дисциплины: формирование знаний: • каналы коммуникации с различными целевыми аудиториями; • технику сегментирования аудиторий; • методы анализа стейкхолдеров и эффективности каналов коммуникации; • специфику коммуникаций с различными типами целевых аудиторий; • методы анализа среды для коммуникации; формирование умений: • проводить соцопросы, мониторинг СМИ, контент-анализ, SWOT-анализ, • анализировать эффективность коммуникации со стейкхолдерами и каналов коммуникации с ними; формирование навыков: • проведения соцопросов, мониторинга СМИ, контент-анализа, SWOT-анализа, • анализа эффективности коммуникации со стейкхолдерами и каналов коммуникации с ними..

Изучаемые объекты дисциплины

• Процесс и структура коммуникации; • Модели коммуникации различных семиосфер; • Различные виды и формы коммуникации; • Основные стратегии и тактики, наиболее эффективные в разных видах коммуникации; • Психологические основы коммуникации; • Вербальные и невербальные коммуникации; • Коммуникативное поведение и коммуникативная ситуация.

Объем и виды учебной работы

Вид учебной работы	Всего часов	Распределение по семестрам в часах
		Номер семестра
		5
1. Проведение учебных занятий (включая проведение текущего контроля успеваемости) в форме:	54	54
1.1. Контактная аудиторная работа, из них:		
- лекции (Л)	16	16
- лабораторные работы (ЛР)		
- практические занятия, семинары и (или) другие виды занятий семинарского типа (ПЗ)	32	32
- контроль самостоятельной работы (КСР)	6	6
- контрольная работа		
1.2. Самостоятельная работа студентов (СРС)	54	54
2. Промежуточная аттестация		
Экзамен	36	36
Дифференцированный зачет		
Зачет		
Курсовой проект (КП)		
Курсовая работа (КР)	18	18
Общая трудоемкость дисциплины	144	144

Краткое содержание дисциплины

Наименование разделов дисциплины с кратким содержанием	Объем аудиторных занятий по видам в часах			Объем внеаудиторных занятий по видам в часах
	Л	ЛР	ПЗ	СРС
5-й семестр				
Тема 15. Групповые коммуникации	0	0	2	2
Групповые (внутренние, корпоративные, коллективные) коммуникации. Основные признаки группы. Основные типы групп. Групповые цели. Виды групповой коммуникации. Внутренние и внешние групповые коммуникации. Формальная и неформальная групповая коммуникация. Групповое коммуникативное поведение. Виды коммуникативного взаимодействия: кооперация, конкуренция (соперничество), конфликт. Основные коммуникационные потоки: вертикальные; горизонтальные; внешние; однонаправленные; двусторонние; многонаправленные. Факторы внутригрупповой коммуникации: роли, нормы и лидерство				

Наименование разделов дисциплины с кратким содержанием	Объем аудиторных занятий по видам в часах			Объем внеаудиторных занятий по видам в часах
	Л	ЛР	ПЗ	СРС
Тема 16. Массовые коммуникации	0	0	2	2
Массовые коммуникации: ориентированные/ не-ориентированные; монологические/ диалогические; холодные/ горячие. Функции и признаки массовой коммуникации. Основные модели массовых коммуникаций. Психологическая и коммуникативная специфика массовых коммуникаций. Узкие/ широкие коммуникации. Электронные (масса)/ печатные (публика) коммуникации (М.Маклюэн). Функции средств массовой коммуникации: социальной ориентировки, социальной идентификации, контакта с другими людьми, самоутверждения, утилитарная, эмоциональной разрядки, функции антенны, усилителя, призмы и эха (А. Катль и А.Каде). Повышение роли массовых коммуникаций: «герои исчезли, остался хор» (Х.Ортега-и-Гассет). Теория постиндустриального (информационного) общества: демассификация и дестандартизация социальной и экономической жизни, высокий уровень инновативности (О.Тоффлер, Дж.Нейсбит). Психологическая и коммуникативная специфика массовых коммуникаций. Психологические эффекты массовых информационных процессов: утилитарный, престижный, усиление позиции, познавательный, эмоциональный, эстетический, комфортный (Ю.А.Шерковин). Специфика массового сознания. Масса/ толпа/ аудитория/ публика. Узкие/ широкие коммуникации. Электронные (масса)/ печатные (публика) коммуникации (М.Маклюэн).				
Тема 7. Коммуникативная личность. Эффективный коммуникатор	2	0	2	3
Понятие «коммуникативная личность». Параметры коммуникативной личности (мотивационный, когнитивный, функциональный). Мотивационный параметр: коммуникационные потребности, псевдокоммуникация, (видимость общения, игра в общение), коммуникативная установка. Когнитивный параметр: знание коммуникативных кодов, умение осуществлять интроспекцию				

Наименование разделов дисциплины с кратким содержанием	Объем аудиторных занятий по видам в часах			Объем внеаудиторных занятий по видам в часах
	Л	ЛР	ПЗ	СРС
(самонаблюдение) и ауторефлексию (самоосознание), метакоммуникативные навыки, способность адекватной оценки когнитивного и коммуникативного горизонта партнера-коммуниканта, мифы, предрассудки, стереотипы, верования. Функциональный параметр: коммуникативная компетентность индивида: 1) практическое владение вербальными и невербальными средствами; 2) умение варьировать коммуникативные средства в процессе коммуникации в связи с изменением ситуации и условий общения; 3) построение дискурса в соответствии с нормами кода и правилами этикета. Коммуникативные навыки: 1) уметь эффективно формировать коммуникативную стратегию; 2) уметь эффективно пользоваться разнообразными тактическими приемами коммуникации; 3) уметь эффективно представлять себя (или свою компанию) как участника коммуникативного процесса.				
Тема 11. Теории элит. Теория лидерства. Основные стили лидерства	1	0	0	4
Теории элит (В. Парето, Г. Моска, Р. Михельс, А. Тойнби, К. Маннгейм): биологическая, психологическая, техническая, функциональная, распределительная, художественно-творческая (интеллектуальная) теории. Массовое сознание, элита и лидерство. Лидер мнения в массовой коммуникации. Лидерство. Теории лидерства. Типология авторитета М. Вебера. Теория «черт». Основные характеристики лидера. Ситуационная теория (Ф. Фидлер). Теория определяющей роли последователей. Реляционная теория. Теория лидерских ролей (Р. Бейлс). Харизматическая теория. Синтетическая (комплексная) теория лидерства. Имиджевая типология лидера: биологический, коммуникативный, социальный, мифологический, профессиональный, контекстный (Г. Г. Почепцов). Ли-дер и руководитель. Функции лидера (Ф. Фиберт, К. Руде-стам, С. Шапиро). Нарциссизм и агрессия как аддикативность к власти (Г. Никарти, Н. Готлиб, С. Коффман). Формальное/ неформальное лидерство. Факторы успешного лидерства Престиж и				

Наименование разделов дисциплины с кратким содержанием	Объем аудиторных занятий по видам в часах			Объем внеаудиторных занятий по видам в часах
	Л	ЛР	ПЗ	СРС
авторитет в лидерстве. Факторы, способствующие развитию и потере авторитета. Модель формирования авторитетного лидера (Дж. П. Кенджеми). Основные стили лидерства. Мужской и женский стили лидерства. Связь лидерства с управлением персоналом.				
Тема 17. Вербальные коммуникации. Убеждающие и суггестивные коммуникации	0	0	2	2
Вербальные коммуникации. Убеждающие и суггестивные коммуникации. Убеждающая коммуникация: цель, условия организации коммуникации, коммуникативные формы, стратегии и тактики. Манипуляция (суггестия) – агрессивная направлена на уничтожение личности и неагрессивная (гуманистическая) направлена на позитивное воздействие на личность. Суггестивный дискурс. Причины возможности манипуляции. Факторы, повышающие внушаемость. Свойства манипулятивного текста. Стратегии манипулирования. Тактики манипулирования. Типы манипуляторов. Суггестивная коммуникация: цель, условия организации коммуникации, коммуникативные формы, стратегии и тактики				
Тема 6. Коммуникативное поведение	1	0	2	3
Коммуникативное поведение: понятие и структура. Понятие «коммуникативное поведение». Модель описания коммуникативного поведения: 1) ментальность; 2) доминантные особенности общения; 3) вербальное коммуникативное поведение; 4) невербальное коммуникативное поведение; 5) национальный символизм. Нормы коммуникативного поведения (общекультурные, ситуативные, индивидуальные). Коммуникативные табу (жесткие и мягкие; речевые и тематические). Коммуникативные императивы (жесткие и мягкие). Ненормативное коммуникативное поведение. Инвективные формы коммуникации. Доминантные особенности общения русскоязычных коммуникаторов.				
Тема 10. Моделирования аудитории в коммуникации	0	0	2	2
Моделирования аудитории в коммуникации				

Наименование разделов дисциплины с кратким содержанием	Объем аудиторных занятий по видам в часах			Объем внеаудиторных занятий по видам в часах
	Л	ЛР	ПЗ	СРС
(И.А.Стернин). Социально-демографический паспорт аудитории. Типы аудитории и специфика структурирования речи. Коммуникативные стратегии и тактики. Учет профессиональных и национальных особенностей аудитории. Аудитория по составу: гомогенная - синкретичная. Аудитория по численности: большая – небольшая. Аудитория по уровню подготовленности: хорошо подготовленная – подготовленная – малоподготовленная. Аудитория по настроенности: индифферентная – позитивно – негативно настроенная. Аудитория по гендерному признаку: мужская - женская. Аудитория по возрастному признаку: детская – молодежная – среднего – старшего возраста. Однородность и разнородность аудитории. Конвенциональность аудитории.				
Тема 8. Барьеры коммуникации	2	0	2	2
Коммуникативные барьеры: дискомфорт физической среды; инерция включенности (антипатия к чужим мыслям, стереотипизированность сознания, амбициозность); языковой (различие лексикона); профессиональное неприятие (некомпетентное вторжение коммуникатора в профессиональную сферу коммуниканта); неприятие имиджа коммуникатора (Шепель В). В психологии: фонетический; семантический; стилистический; логический. В теории коммуникации: (1) среда (внешние условия): акустические помехи, отвлекающая окружающая обстановка, температурные условия, погодные условия и пр.; (2) технические средства коммуникации (искажение или прерывание сигнала; использование техники связи – отсутствие навыков работы с соответствующей техникой, ошибка в адресе элек-тронной почты и пр.; неправильный выбор технического средства для передачи сообщения и др.), (3) коммуниканты. Барьеры коммуникантов: (1) физиологические (артикуляция, глухота, потеря зрения и пр.), (2) психологические (связанные с безличными механизмами социально-психологического взаимодействия и взаимовлияния людей друг на друга				

Наименование разделов дисциплины с кратким содержанием	Объем аудиторных занятий по видам в часах			Объем внеаудиторных занятий по видам в часах
	Л	ЛР	ПЗ	СРС
(стереотипы), с личностными особенностями коммуникантов (Парыгин Б.Д.). Функции психологического препятствия и психологической защиты; (3) социокультурные (феномене «группового (общественного) сознания»: этнос, класс, соци-альная или лингвокультурная группа, религиозная конфессия, профессиональное сообщество, демографическая группа и пр.).				
Тема 9. Психологические основы коммуникации	0	0	2	2
Определение психологического типа собеседника как условие эффективной коммуникации. Понятие «психотип». Функциональная асимметрия мозга и типы коммуникатора. Основные типы коммуникабельности: доминантный; мобильный; ригидный; интровертный коммуникант. Сенсорная типология собеседника: полимодальный; визуальный; аудиальный; кинестетический. Эго-состояние собеседника (Э.Берн): родитель (Эго) (критический; кормяще-заботливый); взрослый (Сверх-Эго); ребенок (Либи́до) (приспосабливающийся; естественный). Психологическая подстройка.				
Тема 4. Методы анализа содержания коммуникации	2	0	2	4
Содержание информации и методика его анализа. Развитие индустрии информации как предпосылка появления метода анализа содержания. Методы исследования содержания и понимания в коммуникации. Контент-анализ. Мотивацион-ный анализ. Семиотический анализ. Прагматический анализ. Структурный анализ. Когнитивное картирование и оперативное кодирование. Нарративный анализ. Ролевой анализ. Дис-курс-анализ.				
Тема 14. Внутриличные и межличностные коммуни-кации	0	0	2	2
Внутриличная и межличностная коммуникации. Коммуникация и общение. Мотивы и потребности общения. Автокоммуникация. Пирамида А. Маслоу. Теории межличностной коммуникации: теория обмена (Дж. Хоманс), символический интеракционизм (Дж. Мид и Г. Блумер),				

Наименование разделов дисциплины с кратким содержанием	Объем аудиторных занятий по видам в часах			Объем внеаудиторных занятий по видам в часах
	Л	ЛР	ПЗ	СРС
управление впечатлениями (Э. Гофман), совместная деятельность (Л. И. Уманский). Формы коммуникации: общение; управление; подражание. Установки коммуникации. Условия эффективно-го общения. Составляющие эффективного общения: 1) коммуникативный аспект общения (обмен информацией между людьми); 2) интерактивный аспект (организация взаимодействия между индивидами); 3) перцептивный аспект (процесс восприятия друг друга партнерами по общению и установление взаимопонимания). Механизмы межличностной перцепции. Функции межличностного общения				
Тема 13. Теории масс	1	0	0	4
Основные подходы к определению масс. Массы как недифференцированное множество (Д.Белл, Х.Ортега-и-Гассет). Массы как снижение цивилизации (Х.Ортега-и-Гассет). Массы как механизированное множество (Д.Белл). Массы как «сверхорганизованное» бюрократизированное общество (Д.Белл, К.Маннгейм). Массы как толпа (Г.Лебон, З.Фрейд). Типология толпы. Массовое сознание и психология толпы. Личность в толпе. Эффект толпы. Мотивация влечения в толпу.				
Тема 21. Ритуальная коммуникация	0	0	2	2
Ритуальная коммуникация (магическая и религиозная, кризисная, презентационная (поощрение и активизация), «переходная» (рождение, инициация, брак, старость, смерть). Цель. Условия организации. Формы. Стратегии и тактики. Ритуальные коммуникации в корпоративной культуре, ивентах и PR.				
Тема 5. Основы типологии коммуникации	2	0	0	3
Основные виды коммуникации: 1) по фактору адресата: внутриличностные (автокоммуникации)/ межличностные (групповые, массовые); ориентированные/ неориентированные; монологические/ диалогические; «холодные»/ «горячие» (М.Маклюэн); 2) по фактору кода: гомогенные/ гетерогенные (синкретичные); вербальные/ невербальные (аудиальные,				

Наименование разделов дисциплины с кратким содержанием	Объем аудиторных занятий по видам в часах			Объем внеаудиторных занятий по видам в часах
	Л	ЛР	ПЗ	СРС
кинестетические, визуальные, перформансные (событийные, ритуальные); устные/ письменные; мифологические, символические, художественные; 3) по фактору источника: одноканальные/ многоканальные; печатные/ электронные; первичные/ вторичные; официальные/ неофициальные; двухступенчатые/ одноступенчатые; 4) по характеру воздействия: иерархические/ демократические; убеждающие/ суггестивные; гармонизирующие/ агональные; 5) по фактору пространства: локальные/ универсальные; внутрикультурыне/ межкультурные; внутренние/ внешние; 6) по фактору времени: высокоинтенсивные/ низкоинтенсивные; стратегические/ тактические; 7) по фактору вида деятельности: политические, деловые, рекламные, психотерапевтические, информационные и пр.; 8) по статусным ролям: вертикальные/ горизонтальные; 9) по цели: познавательная, убеждающая, экспрессивная, суггестивная, ритуальная; 10) по социодемографическим факторам: гендерные, возрастные, элитарные/народные, городские/сельские				
Тема 20. Мифологическая коммуникация	0	0	2	2
Функции мифа. Свойства мифа. Миф и стереотип. Миф – разновидность конвенционального (социального) стереотипа. Общие свойства. Мифологические образы и мифологические сценарии. Мифологизация в коммуникации. Инструментарий формирования мифа. Виды современного мифологизма (М.Эпштейн). Мифы в рекламе и айдентике.				
Тема 1. Предмет и задачи курса	1	0	0	3
Теория коммуникации как теоретическая и прикладная дисциплина. Теория коммуникации в контексте других наук: философия, антропология, социология, психология, семиотика, конфликтология, НЛП, культурология, мифология, этнология, теория литературы, фольклористика, риторика, поэтика, прагматика, герменевтика, паралингвистика, психолингвистика и др. Из истории изучения коммуникации. Внешние и внутренние предпосылки развития теории				

Наименование разделов дисциплины с кратким содержанием	Объем аудиторных занятий по видам в часах			Объем внеаудиторных занятий по видам в часах
	Л	ЛР	ПЗ	СРС
коммуникации. Исторические вехи возникновения коммуникации в социуме. Основные этапы развития коммуникативной теории.				
Тема 19. Символическая коммуникация	0	0	2	2
Символическая коммуникация: миф, язык, ритуал, верования, сновидения, искусство и пр. Антропонимическая, топонимическая, цветовая, числовая, зоонимическая, фитонимическая, предметно-вещная, пространственная, архитектурная и др. символика. Культурная детерминация символа. Понятие символ. Типология символов: конвенциональные/ случайные/ универсальные (Э.Фром). Способы репрезентации символов: аллегория, метафора, сравнение, пейзаж, деталь, заголовок, герой, мотив, лейтмотив. Символы в рекламе и айдентике.				
Тема 18. Невербальные коммуникации	0	0	2	2
Невербальные коды коммуникации: паралингвистика (дополнительные к речи звуковые коды), кинесика (жесты), окулесика (визуальное поведение), аускультация (аудиальное поведение), гаптика (тактильная коммуникация), гастика (пища и напитки), ольфакция (запахи), проксемика (пространство коммуникации), хронемика (время коммуникации), системология (предметы, вещи), сенсорика (информационная биоэнергетика), актоника (поступки). Функции невербальной коммуникации: контроля, регуляции, информации, диагностики, коррекции. Невербальные коды в рекламе и айдентике.				
Тема 2. Эволюция социальной коммуникации	1	0	2	2
Биологические и социальные коммуникации. Инстинктивные основы коммуникации. Технологические и социальные революции как факторы изменения в средствах и функциях массовой коммуникации. Письмо и книгопечатание как главные события в истории коммуникации и как факторы ускорения информационных, технологических и социальных преобразований. Формы коммуникации в бесписьменном обществе. Письменность как условие информационно-интеллектуальной				

Наименование разделов дисциплины с кратким содержанием	Объем аудиторных занятий по видам в часах			Объем внеаудиторных занятий по видам в часах
	Л	ЛР	ПЗ	СРС
дифференциации общества и развитие индивидуального творчества. «Гуттенбергов пресс» как первая предпосылка массовой коммуникации. Технологическая детерминированность СМК. Динамика развития информационных процессов: буквенно-звуковое письмо (5 тыс. лет назад); книгопечатание (1453), телефон (1876); кино, радио, телеграф (1895); компьютер (1942); транзистор (1947); цветное телевидение (1951); видеодиски (1978); интернет. Тип общества и коммуникация. Традиционные, индустриальные и постиндустриальные коммуникации.				
Тема 3. Модели коммуникации	1	0	2	2
Базовые модели коммуникации: Г. Лассуэлла, Шеннона-Увивера, Т. Ньюкома, Осгуда-Шрамма и др. Модели воздействия и распространения информации: двухступенчатая и многоступенчатая модели массовой коммуникации. Модели убеждения: МакГайра, Фишбейна-Айзена, инструментальная теория убеждения (Ховланд, Джанис и Келли), Келмана. Модели в сфере PR: агентство по связям с прессой / паблисити, общественно значимая информация, двусторонняя асимметрия, двусторонняя симметрия. Модель интегрированных коммуникаций.				
Тема 12. Теория харизмы	2	0	0	4
Понятие «харизма». Условия возникновения харизмы. Функции харизматического лидера. Мистифицированность как основа харизмы. Коммуникативное поведение харизматического лидера: «новизна» и структурность (Ф. Эриксон, А. К. Михальская). Теории харизмы. Концепция М. Вебера. «Религиозная» концепция. Подлинная харизма. Виды харизмы в зависимости от последствий их лидерства для общества. Истинный Харизматик, Псевдохаризма. Условия возникновения харизмы (В. Фридланд). Приемы синтезирования харизмы. Цели харизмы. Новизна идей как элемент неординарности; сплочение последователей и достижение некоего единообразия в их поведении (ритуалы, лозунги, эмблемы и символы,				

Наименование разделов дисциплины с кратким содержанием	Объем аудиторных занятий по видам в часах			Объем внеаудиторных занятий по видам в часах
	Л	ЛР	ПЗ	СРС
подхватываемые и воспроизводимые толпой); обеспечить преданность масс вождю (общий враг, общая цель, общий успех, общая борьба).				
ИТОГО по 5-му семестру	16	0	32	54
ИТОГО по дисциплине	16	0	32	54