

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Новгородский государственный университет имени Ярослава Мудрого»

Гуманитарный институт
Кафедра журналистики



ТЕОРИЯ КОММУНИКАЦИИ

Учебный модуль по направлению подготовки
42.03.02 «Журналистика»
Рабочая программа

СОГЛАСОВАНО

Начальник учебного отдела ИГУМ

Н.Г. Федотова
«11» мая 2017 г.

Разработала
доцент кафедры журналистики
С.А. Базилян
«10» мая 2017 г.

Принято на заседании кафедры
журналистики
Протокол № 11 от 10.05. 2017 г.
Заведующий кафедрой
Т.Л. Каминская
«10» мая 2017 г.

1 Цели и задачи модуля

Целью модуля «Теория коммуникации» является формирование у студентов представления о теории коммуникации в свете новейших достижений современной коммуникативистики, в частности, в области теоретических принципов и практических методов использования мифа в качестве эффективного коммуникативного средства при создании медийных текстов, на примере PR и рекламы, а также развитие навыков самостоятельного исследования и составления аналитических текстов в области теории коммуникаций.

Основными задачами УЭММ являются:

- систематизированное изложение основ теории коммуникации в широком научном контексте, включающем методологические, философские, социопсихологические, семиотические, лингвистические аспекты;
- выработка умения интерпретировать семантику архетипов, символов и знаков, представленных в образах и текстах современных массовых коммуникаций;
- выработка умения определять сущность психофизиологических механизмов рекламного воздействия на потребителя;
- подготовка студентов к профессиональной деятельности, связанной с конструированием журналистских, рекламных и PR-продуктов посредством наиболее эффективных и креативных стратегий для достижения поставленной цели;
- выработка у студентов умений и навыков эффективного взаимодействия с различными целевыми аудиториями, высокого уровня коммуникативной компетентности в сферах профессионально ориентированной и бытовой коммуникации;
- закрепление, углубление и обобщение знаний, полученных на теоретических занятиях, применение знаний, умений и навыков при решении комплексных профессиональных задач.

Модуль состоит из 3 разделов:

- Основы теории коммуникации, рекламы и PR;
- Курсовая работа
- Миф в медиакommunikациях.

Ведущие идеи учебного модуля:

- в информационном обществе коммуникативная компетентность личности чрезвычайно востребована – в системе профессиональной подготовки специалиста направления «журналистика» она выступает одним из приоритетов. Деятельность журналиста характеризуется как коммуникативно ориентированная, имеющая высокую речевую ответственность: это означает, что будущий специалист в области социальных технологий обязательно должен хорошо ориентироваться в основных подходах к пониманию сущности, функций, сфер коммуникации в обществе, а также уметь правильно общаться и взаимодействовать с людьми.
- в настоящее время, в связи с выходом основной массы человечества на уровень «потребительского общества», все более актуальным представляется изучение глубинных бессознательных оснований и предпосылок практики манипулятивного воздействия массовой культуры, в том числе СМИ и рекламы, на социокультурную идентификацию потребителя;
- доминирующей современной формой рекламного структурирования потребительского мира выступают мифы, оказывающиеся наиболее эффективными инструментами воздействия на умы и поступки потребителя.

2 Место учебного модуля в структуре ОП направления подготовки

Учебный модуль входит в базовую часть образовательной программы подготовки по направлению 42.03.02 «Журналистика», читается в пятом семестре.

Для изучения модуля используются знания, полученные при изучении модуля «Основы теории журналистики». Кроме этого, для усвоения данного модуля необходимы знания и умения, полученные при изучении модуля «Социология и психология журналистики».

Знания и умения, полученные при изучении данного модуля, используются при прохождении производственной практики и при подготовке выпускной квалификационной работы.

3 Требования к результатам освоения учебного модуля

Процесс изучения УМ направлен на формирование компетенций:

- ★ способность использовать знания в области общегуманитарных социальных наук (социология, психология, культурология и других) в контексте своей социальной и профессиональной деятельности **(ОК-3);**
- способность анализировать основные тенденции формирования социальной структуры современного общества, ориентироваться в различных сферах жизни общества, которые являются объектом освещения в СМИ **(ОПК-6);**
- способность следовать в профессиональной деятельности основным российским и международным документам по журналистской этике **(ОПК-8);**
- способность базироваться на современном представлении о роли аудитории в потреблении и производстве массовой информации, знать методы изучения аудитории, понимать социальный смысл общественного участия в функционировании СМИ, природу и роль общественного мнения, знать основные методы его изучения, использовать эффективные формы взаимодействия с ним **(ОПК-9);**
- способность учитывать в профессиональной деятельности психологические и социально-психологические составляющие функционирования СМИ, особенности работы журналиста в данном аспекте **(ОПК-10);**
- способность базироваться на знании особенностей массовой информации, содержательной и структурно-композиционной специфики журналистских публикаций, технологии их создания, готовность применять инновационные подходы при создании медиатекстов **(ОПК-14)**

В результате освоения УМ студент должен знать, уметь и владеть:

Компетенция	Уровень освоения компетенции	Знать	Уметь	Владеть
ОК-3	базовый	Знание основных фундаментальных трудов по общегуманитарным социальным наукам и использование этих знаний в контексте профессиональной деятельности.	Умение использовать специальную терминологию для постановки научной проблемы в области общегуманитарных социальных наук для решения задач своей профессиональной деятельности	Владение навыками ведения научной полемики по актуальным вопросам в области общегуманитарных социальных наук для решения задач своей профессиональной деятельности.
ОПК-6	базовый	Знание основных тенденций формирования социальной структуры современного общества	Умение анализировать основные тенденции формирования социальной структуры общества, ориентироваться в различных сферах жизни общества	Владение основными навыками и методами оценки и анализа деятельности различных структур, являющихся объектами освещения СМИ

ОПК-8	базовый	Знание основных российских и международных документов по профессиональной этике	Умение понимать значимость этических регуляторов и руководствоваться основными этическими документами на практике	Владением навыками использования этических ориентиров и регуляторов в журналистской деятельности
ОПК-9	базовый	Знание терминологического аппарата, связанного с исследованием аудитории, общественного мнения; возможностей использования аудитории в производстве массовой информации	Умение использовать методы исследования аудитории и общественного мнения, а также методы привлечения аудитории к созданию контента и для решения своих профессиональных задач	Владение способами создания журналистской продукции при широком общественном участии и с учетом общественных запросов
ОПК-10	базовый	Знание психологических и социально-психологических составляющих работы СМИ	Умение учитывать психологические и социально-психологические особенности работы СМИ и журналиста на практике	Владение психологическими и социально-психологическими приемами и навыками в аспекте практической работы журналиста
ОПК-14	базовый	Знание особенностей массовой информации, структурно-композиционной специфики публикаций	Умение применять инновационные методы для создания медиатекстов	Владение навыками создания журналистских публикаций

4 Структура и содержание учебного модуля

4.1 Трудоемкость учебного модуля и формируемые компетенции (дневная форма)

Учебная работа (УР)	Всего	Распределение по семестрам			Коды формируемых компетенций
		5			
Трудоемкость модуля в зачетных единицах (ЗЕ)	9	9			
Распределение трудоемкости по видам УР в академических часах (АЧ):	324	324			ОК-3; ОПК- 6; ОПК-8; ОПК-9; ОПК-10; ОПК-14;
- лекции	36	36			
- практические занятия	54	54			
- аудиторная СРС	18	18			

- внеаудиторная СРС	234	234			
Аттестация: - экзамен	36	36			

4.1.2 Трудоемкость учебного модуля и формируемые компетенции (заочная форма)

Учебная работа (УР)	Всего	Распределение по семестрам			Коды формируемых компетенций
		6	7		
Трудоемкость модуля в зачетных единицах (ЗЕ)	9	3	6		
Распределение трудоемкости по видам УР в академических часах (АЧ):	324	108	216		ОК-3; ОПК- 6; ОПК-8; ОПК-9; ОПК-10; ОПК-14;
- лекции	8	4	4		
- практические занятия	12	6	6		
- аудиторная СРС					
- внеаудиторная СРС	304	100	204		
Аттестация: - экзамен	9		9		

4.2 Содержание и структура разделов учебного модуля

1. Основы теории коммуникации, рекламы и PR

Тема 1. Теория коммуникации как научная и учебная дисциплина. Диверсификация понятия коммуникация: универсальное, техническое, биологическое, социальное определения. Коммуникативные аспекты различных научных дисциплин: гуманитарных (философия, психология, социология, лингвистика, семиотика, культурология), естественных (биология) и технических (кибернетика) наук. Интегративный характер теории коммуникации. Аспекты теории социальной коммуникации: онтологический (связанный с сущностью объекта, факторами формирования объекта), гносеологический (связанный с обоснованием предмета исследования и формулировкой проблематики дисциплины), методологический (связанный со способами исследования объекта) и функциональный (связанный с использованием результатов исследования объекта). Объект и предмет теории социальной коммуникации. Законы коммуникации: закон возрастания коммуникативных потребностей людей; закон ускорения и увеличения объема информационного обмена; закон системной организации и упорядочения структур посредством коммуникации; закон устойчивого воспроизводства сложившихся коммуникативных связей в природе и закон расширенного воспроизводства коммуникативных связей в обществе. Условия («законы») коммуникации: наличие не менее 2-х сторон-участников взаимодействия («закон двусторонности процесса»), знаковый характер взаимодействия («закон семиотичности»), наличие обратной связи («закон обратной связи»), наличие общего основания кодирования/декодирования («закон общности кода»), несовпадение информационных потенциалов взаимодействующих систем («закон гетерогенности коммуникативных систем»), наличие локуса функционирования («закон локализации»). Категориальный аппарат теории социальной коммуникации: коммуникативная/речевая деятельность, коммуникация/общение, функции коммуникации, общение: коммуникация, интеракция, перцепция; информация, коммуникативное пространство, коммуникативное время. Методы теории коммуникации: общенаучные (моделирование, системно-структурный подход, сравнительно-исторический метод) и частнонаучные (контент-анализ, интент-анализ, дискурс-

анализ, метод социометрии и др.) методы. Функции теории коммуникации: познавательная, методологическая, прогностическая, инструментальная.

Тема 2. Информация и информационная деятельность. Информация, различные подходы к толкованию: философский, физико-биологический, формально-математический, социологический. Виды информации: физическая, биологическая, социальная. Социальная (социокультурная) информация. Семантическая (фактуальная и концептуальная) и эстетическая информация. Фундаментальная, структурная и оперативная информация. Классификация информации по степени мультиплицированности: индивидуальная, специальная, массовая. Социальный факт и социальный процесс как источники социальной информации. Способы передачи и использования социальной информации. Понятие информационной деятельности. Избыточность и селективность информации. Асимметричные и симметричные способы оперирования информацией. Усложнение информационного обмена в обществе. Традиционные и дистанционные способы информационной трансляции. Информационные факторы в современном обществе. Информационный бум. Определение информационного общества как определенной стадии развития цивилизации (Е. Масуда, Д. Белл, Э. Тоффлер). Проблема информационной безопасности общества. Информационная война, ее технологии. Основные направления и методы обеспечения информационной безопасности общества и личности на современном этапе (информационной экологии).

Тема 3. Коммуникация как процесс и структура. Коммуникативный процесс: проблемы производства, кодирования, распространения, приема, декодирования и использования информации. Рациональная (волевая, произвольная) и импульсивная (спонтанная, непроизвольная, помимовольная) коммуникация. Коммуникативная деятельность и поведение. Основные элементы коммуникативной структуры: источник сообщения (адресант, отправитель, коммуникатор), получатель сообщения (адресат, респондент, аудитория), мотив (цель) взаимодействия, сообщение, канал, код (язык), контекст (коммуникативная ситуация), обратная связь, шум (барьер). Средства коммуникации. Знаковость (семиотичность) социальной коммуникации. Ключевые понятия семиотики: знак, знаковая система, семиозис. Билатеральность знака. Теория асимметричного дуализма С.О. Карцевского. Значение и значимость. Значение и смысл. Произвольность/мотивированность знака. Оппозиционность знака. Кумулятивность знака. Принцип системной конгруэнтности знака. Семиотическая триада: синтактика, семантика, прагматика. Типология знаков в концепции Ч. Пирса-Ч. Морриса: иконы, индексы, символы. Знаковые системы в онтогенезе и филогенезе (концепция А. Соломоники). Гомогенные и синкретические знаковые системы. Структурно-семиотический и постструктуральный подходы к анализу знаковых систем. Принципы и понятия структурного анализа: оппозиция и дифференциация, инвариант и варианты, структура и доминанта, синхрония и диахрония. Принципы и понятия постструктурального подхода: преодоление принципа структурности, понятие поля и сети.

Тема 4. Контакт в речевой коммуникации. Коммуникативный кодекс как система принципов, регулирующих речевое поведение взаимодействующих субъектов в ходе коммуникативного акта. Критерии коммуникативного кодекса: критерий истинности и критерий искренности. Коммуникативный кодекс: принцип кооперации (по Г.П. Грайсу) и принцип вежливости (по Дж. Личу). Принцип кооперации: максима полноты информации, максима качества информации, максима релевантности, максима манеры. Принцип вежливости: максима такта, максима великодушия, максима одобрения, максима скромности, максима согласия, максима симпатии. Виды речевого контакта: акт общения и фатический акт. Речевое взаимодействие на глубинном (продуктивном) и поверхностном (репродуктивном) уровне.

Тема 5. Референт в речевой коммуникации. Референция – процесс (и результат) соотнесения слова (языка) и мира. Корректная и некорректная (девиантная) референция. Виды некорректной референции (по Е.В. Ключеву): «раздутый» референт, абстрактный референт, по-разному трактуемый референт, неизвестный референт, «чужой» референт, несуществующий референт. Несовпадение референтов говорящего и слушающего как коммуникативная неудача.

Выбор и презентация референта. Правила транспорта (размещения и перемещения в структуре коммуникативного акта) референта: правило фокуса, правило стереоскопии, правило панорамы, правило унитарности, правило изоморфизма, правило фиксирования.

Тема 6. Динамика языковых и коммуникативных процессов в современном российском обществе. Динамические тенденции в русском языке постперестроечной России: фонетика и графика, грамматика, лексика и фразеология. Коммуникативное пространство современного российского общества. Приватность и публичность как два полюса коммуникативных практик, их взаимодействие. Проблемы нормализации и гуманизации коммуникативных процессов в современной России.

2. Курсовая работа

Раздел 1. Определение темы и структуры исследования.

Раздел 2. Планирование методов работы. Планирование и распределение работы в зависимости от выбранной тематики. Отбор и анализ материала для исследования.

Раздел 3. Подготовка теоретического блока для курсовой работы.

Раздел 4. Работа над практической частью исследования.

Раздел 5. Обсуждение, анализ.

Раздел 6. Представление результатов исследования, обсуждение в группе.

Оформление рукописи должно соответствовать требованиям стандарта НовГУ СТО 1.701-2010 «Текстовые документы».

3. Миф в медиакоммуникациях

Тема 1. Миф как социокультурный феномен. Теории мифа: Р. Барт, А. Лосев, М. Элиаде, Э. Кассирер, Л. Леви-Брюль, К. Леви-Стросс. Психоаналитические модели мифологических коммуникаций (З. Фрейд, К.Г. Юнг). Специфика мифа, его функции, характеристики.

Тема 2. Миф как коммуникация. Миф как модель действительности. Миф как «Грамматика поведения». Теория мифологических коммуникаций Г. Почепцова. Миф как символ. Современный миф и его отличие от мифа классического. Характеристики мифологических текстов в рамках массовой коммуникации

Тема 3. Средства массовой коммуникации и миф. Масс-медиа как средство распространения мифов. Реклама, ПР, журналистика: особенности конструирования мифа в каждой из данных коммуникаций. СМИ как миф. Власть, миф, медиа.

Календарный план, наименование разделов учебного модуля с указанием трудоемкости по видам учебной работы представлены в технологической карте учебного модуля (приложение Б).

4.3 Организация изучения учебного модуля

Методические рекомендации по организации изучения УМ с учетом использования в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения учебных занятий даются в Приложении А.

5 Контроль и оценка качества освоения учебного модуля

Контроль качества освоения студентами УМ и его составляющих осуществляется непрерывно в течение всего периода обучения с использованием балльно-рейтинговой системы (БРС), являющейся обязательной к использованию всеми структурными подразделениями университета.

Для оценки качества освоения модуля используются формы контроля: текущий – регулярно в течение всего семестра; рубежный – на девятой неделе и семестровый – по окончании изучения учебного модуля.

Текущий контроль осуществляется во время выполнения практических аудиторных и внеаудиторных заданий, проведения предусмотренных программой форм оценки знаний.

Рубежный контроль осуществляется посредством суммирования баллов текущего рейтинга за период обучения с первой по девятую неделю.

Семестровый (промежуточный) контроль осуществляется посредством суммирования баллов за весь период обучения при условии, что текущий рейтинг по каждому из контрольных мероприятий по данному модулю не ниже уровня успеваемости.

Оценка качества освоения модуля осуществляется с использованием фонда оценочных средств (ФОС), разработанного для учебного модуля, по всем формам контроля в соответствии с Положением НовГУ «Об организации учебного процесса по образовательным программам высшего образования» и Положением НовГУ «О фонде оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации студентов и итоговой аттестации выпускников».

Содержание видов контроля и их график отражены в технологической карте учебного модуля (Приложение Б).

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение модуля

Учебно-методическое и информационное обеспечение учебного модуля представлено Картой учебно-методического обеспечения (Приложение В).

7 Материально-техническое обеспечение учебного модуля

Для осуществления образовательного процесса по модулю используется лекционная аудитория, оборудованная мультимедийными средствами.

Приложения:

А – Методические рекомендации по организации изучения учебного модуля

Б – Технологическая карта

В – Карта учебно-методического обеспечения УМ

Приложение А

Методические рекомендации по организации изучения учебного модуля «Теория коммуникации»

Учебный модуль «Теория коммуникации» разделен на три учебных элемента модуля (УЭММ): «Основы теории коммуникации, рекламы и PR»; Курсовая работа; «Миф в медиакommunikации». Каждый из УЭМ состоит из шести взаимосвязанных разделов, по которым предусмотрены лекционные и практические занятия. Первый учебный элемент посвящен рассмотрению базового научного аппарата современной коммуникативистики, методов исследования коммуникации, анализу основных уровней социальной коммуникации, специфики коммуникаций в различных сферах социальной жизни. Второй учебный элемент посвящен планированию и организации написания курсовой работы: отбор и использование источников научной информации в обозначенной плоскости; техника цитирования и оформления сносок; отбор и анализ необходимого для исследования материала; правила оформления работы в соответствии с требованиями ГОСТа. Третий учебный элемент модуля нацелен на изучение современных методик внедрения мифа в рекламную и PR-коммуникацию.

В таблице А.1 отражены разделы модуля, технологии и формы проведения занятий, задания по самостоятельной работе студента и ссылки на необходимую литературу. Содержание разделов представлено в п. 4.2 рабочей программы модуля.

А.1 Методические рекомендации по теоретической части учебного модуля

Теоретическая часть модуля направлена на формирование системы знаний о теории коммуникации, в том числе об особенностях выстраивания мифологических коммуникаций. Теоретический материал также посвящен проработке общих требований к оформлению курсовой работы. Основное содержание теоретической части излагается преподавателем на лекционных занятиях, а также усваивается студентом при знакомстве с дополнительной литературой, которая предназначена для более глубокого овладения знаниями основных дидактических единиц соответствующего раздела и указана в таблице А.1.

А.2 Методические рекомендации по практическим занятиям

Цель практических занятий – формирование у студентов умения работать в коллективе, способности к кооперации с коллегами, способности находить организационно-управленческие решения и компетентности студентов в области коммуникативных технологий в PR и рекламе.

Во время практических занятий студенты учатся анализировать и создавать тексты под определенные задачи коммуникации (слоганы, журналистские и рекламные тексты), получают навыки редакторской работы, шлифуют навыки аналитической работы с контентом различных медиаресурсов. При изучении курса студенты ориентируются на чтение специальной научной литературы, конспектирование правовых актов, изучение электронных учебных пособий. Современное понимание учебного процесса и осмысление изучаемого предмета предполагает применение новых методик преподавания, в частности, использование в ходе практических занятий мультимедийного иллюстративного материала, применение новых компьютерных технологий (персональных компьютеров с доступом в Интернет).

Практические занятия в большинстве своем строятся следующим образом:

20% занятия под руководством преподавателя, выбирающего в зависимости от поставленных задач методы и приемы, представляет форму активного освоения предмета;

70% аудиторного времени – самостоятельное решение задач студентами или их коллективное выполнение упражнений;

10% аудиторного времени в конце текущего занятия – разбор типовых ошибок при решении задач или подведение итогов выполнения упражнений.

Все виды работы и методики направлены на формирование у студента навыков профессионального анализа контента массовой коммуникации в ее различных видах. Акцент при этом ставится на совершенствовании умений и навыков создания журналистских текстов с учетом специфических особенностей различных носителей информации.

Форма проведения практических занятий указана в таблице А.1.

Таблица А.1 - Организация изучения учебного модуля «Теория коммуникации»

Раздел модуля	Технология и форма проведения занятий	Задания на СРС	Дополнительная литература и интернет-ресурсы
«Основы теории коммуникации, рекламы и PR»			
Тема 1. Теория коммуникации как научная и учебная дисциплина	~ вводная лекция ~ информационная лекция ~ доклад	~ подготовить доклад (внеауд. и ауд. СРС) ~ выполнить конспект источника на выбор (внеауд. СРС)	1. Кашкин В.Б., Основы теории коммуникации: Краткий курс-М.: АСТ, 2007.-247,[1]с. 2. Основы теории коммуникации : учеб. для вузов / Под ред. М.А.Василика. - М. : Гардарики, 2005. - 615с. - (Disciplinae). - Библиогр. в конце гл. - ISBN 5-8297-0135-9(в пер.) 3. Шарков Ф.И. Коммуникология. Основы теории коммуникации : учебник для бакалавров рекламы и связей с общественностью (модуль дисциплин "Коммуникология") : для вузов по спец. "Связи с общественностью" / Ф. И. Шарков ; Междунар. акад. бизнеса и упр., Ин-т соврем. коммуникац. систем и технологий. - 2-е изд., перераб. и доп. - М. : Издательско-торговая корпорация "Дашков и К" : Издательство Шаркова, 2010. - 590, 4. Федотова Л.Н. Социология массовой коммуникации : учеб. для вузов. - М. : ПИТЕР, 2004. - 396с
Тема 2. Информация и информационная деятельность	~ обзорная лекция ~ дискуссия	~ подготовиться и принять участие в дискуссии (внеауд. и ауд. СРС) ~ работа в фокус-группах (ауд. СРС)	1. Березин В.М., Массовая коммуникация: сущность, каналы, действия:-М.:РИП-холдинг, 2003.-174с. 2. Березкина О.П. Социально-психологическое воздействие СМИ : учеб. пособие для вузов. - М. : Академия, 2009. - 239,[1]с. 3. Кашкин В.Б., Основы теории коммуникации: Краткий курс-М.: АСТ, 2007.-247,[1]с. 4. Основы теории коммуникации : учеб. для вузов / Под ред. М.А.Василика. - М. : Гардарики, 2005. - 615с. - (Disciplinae). - Библиогр. в конце гл. - ISBN 5-8297-0135-9(в пер.) 5. Романов А.А., Васильев Г.А. Массовые коммуникации: Учеб. пособие для вузов.-М.: Вузовский учеб., 2009.-234,[2]с.
Тема 3. Коммуникация как процесс и структура	~ обзорная лекция ~ информационная лекция ~ коллоквиум	~ подготовиться и принять участие в коллоквиуме (внеауд. и ауд. СРС);	1. Березкина О.П. Социально-психологическое воздействие СМИ : учеб. пособие для вузов. - М. : Академия, 2009. - 239,[1]с. 2. Кашкин В.Б., Основы теории коммуникации: Краткий курс-М.: АСТ, 2007.-247,[1]с.

Раздел модуля	Технология и форма проведения занятий	Задания на СРС	Дополнительная литература и интернет-ресурсы
	~ творческое задание	~ выполнить творческое задание (внеауд. и ауд. СРС)	3. Основы теории коммуникации : учеб. для вузов / Под ред. М.А.Василика. - М. : Гардарики, 2005. - 615с. - (Disciplinae). - Библиогр.в конце гл. - ISBN 5-8297-0135-9 (в пер.) 4. Чумиков А.Н. Связи с общественностью:Теория и практика : Учеб. пособие для студентов / Акад.нар.хоз-ва при Правительстве РФ. - М. : Дело, 2003. - 495с.,[8]л.ил 5. Шарков Ф.И. Реклама и связи с общественностью:коммуникативная и интегративная сущность кампаний / Акад.труда и соц.отношений, Каф.связей с общественностью. - М. : Академический проект : Трикста, 2005. - 298, [1]с. - (Gaudeamus).
Тема 4. Контакт в речевой коммуникации	~ информационная лекция ~ творческое задание	~ подготовить творческое задание (внеауд. и ауд. СРС)	1. Грайс Г.П. Логика и речевое общение // Межличностное общение: Хрестоматия / Сост. и общая редакция Н.В. Казариновой, В.М. Погольши. СПб.: Питер, 2001. С. 171-195. 2. Грайс Г.П. Логика и речевое общение // Новое в зарубежной лингвистике. Вып. XVI. Лингвистическая прагматика. М.: Прогресс, 1985. С.217-237. 3. Пиз Аллан. Язык телодвижений: Как читать мысли окружающих по их жестам. - М. : Эксмо, 2004. - 267с. : ил. - (Психологический бестселлер). 4. Поваляева М.А. Невербальные средства общения. - Ростов н/Д : Феникс, 2004. - 345,[1]с. : ил.
Тема 5. Референт в речевой коммуникации	~ информационная лекция ~ творческое задание	~ выполнить творческое задание (внеауд. и ауд. СРС)	1. Ключев Е.В. Речевая коммуникация. Успешность речевого взаимодействия: Учебное пособие для университетов и институтов. М.: РИПОЛ КЛАССИК. 2002. С. 195-254. 2. Кронгауз М.А. Семантика: Учебник для лингвистических факультетов высших учебных заведений. М.: Издательский центр «Академия», 2005. Глава 21. Теория референции. С. 268-281.
Тема 6. Динамика языковых и коммуникативных процессов в	~ лекция-презентация ~ творческое задание	~ выполнить творческое задание (внеауд. и ауд. СРС)	1. Иссерс О.С. Речевое воздействие : учеб. пособие : для вузов / О. С. Иссерс. - 2-е изд. - М. : Флинта : Наука, 2011. – 223 2. Каминская Т.Л. Связи с общественностью : Учеб. пособие по

Раздел модуля	Технология и форма проведения занятий	Задания на СРС	Дополнительная литература и интернет-ресурсы
современном российском обществе			дистанц.обучению / Т. Л. Каминская ; Новгород. гос. ун-т им. Ярослава Мудрого. - Великий Новгород, 2002. - 46с. 3. Каминская Т.Л., Адресат в массовой коммуникации: Монография-Великий Новгород:,2008.-166,[2]с. 4. Михайлова Е.В. Самопрезентация: теории, исследования, тренинг. - СПб. : Речь, 2007. - 223,[1]с. 5. Михальская А.К. Русский Сократ: Лекции по сравнительно-исторической риторике : Учеб.пособие для гуманит.фак. - М. : Академия, 1996. - 190с.
Курсовая работа			
Раздел 1. Определение темы и структуры исследования	-	~ определение темы и структуры исследования (внеауд. СРС)	1. Волков Ю.Г. Как написать диплом,курсовую,реферат. - Ростов н/Д : Феникс, 2001. - 126с. 2. Твоя курсовая работа:напиши и защити : Практич.рук. - Ростов н/Д : Феникс, 2005. - 125,[1]с. 3. Шмелева Т. В. Курсовые и дипломные работы : метод. указания для студ. филол. отделения. - 2-е изд. - Красноярск, 1992. - 39 с. 4. Эхо Ю. Письменные работы в вузах : Практич. руководство для всех, кто пишет дипломные, курсовые, контрольные, доклады, рефераты, диссертации. - 3-е изд. - М. : Инфра-М, 2001. - 125с.
Раздел 2. Планирование методов работы. Отбор и анализ материала для исследования	-	- составление плана работы. Отбор и анализ материала для исследования (внеауд. СРС)	1. Волков Ю.Г. Как написать диплом,курсовую,реферат. - Ростов н/Д : Феникс, 2001. - 126с. 2. Твоя курсовая работа: напиши и защити : Практич.рук. - Ростов н/Д : Феникс, 2005. - 125,[1]с. 3. Шмелева Т. В. Курсовые и дипломные работы : метод. указания для студ. филол. отделения. - 2-е изд. - Красноярск, 1992. - 39 с. 4. Эхо Ю. Письменные работы в вузах : Практич. руководство для всех, кто пишет дипломные, курсовые, контрольные, доклады, рефераты, диссертации. - 3-е изд. - М. : Инфра-М, 2001. - 125с.
Раздел 3. Подготовка теоретического блока для курсовой работы	-	~ подготовка теоретической части курсовой работы (внеауд. СРС)	1. Шмелева Т. В. Курсовые и дипломные работы : метод. указания для студ. филол. отделения. - 2-е изд. - Красноярск, 1992. - 39 с. 2. Волков Ю.Г. Как написать диплом,курсовую,реферат. - Ростов н/Д : Феникс, 2001. - 126с. 3. Эхо Ю. Письменные работы в вузах : Практич. руководство для всех, кто пишет дипломные, курсовые, контрольные, доклады, рефераты,

Раздел модуля	Технология и форма проведения занятий	Задания на СРС	Дополнительная литература и интернет-ресурсы
			диссертации. - 3-е изд. - М. : Инфра-М, 2001. - 125с. 4. Твоя курсовая работа:напиши и защити : Практ.рук. - Ростов н/Д : Феникс, 2005. - 125,[1]с.
Раздел 4. Работа над практической частью исследования	-	~ подготовка и написание практической части исследования (внеауд. СРС)	1. Волков Ю.Г. Как написать диплом,курсовую,реферат. - Ростов н/Д : Феникс, 2001. - 126с. 2. Твоя курсовая работа:напиши и защити : Практ.рук. - Ростов н/Д : Феникс, 2005. - 125,[1]с. 3. Шмелева Т. В. Курсовые и дипломные работы : метод. указания для студ. филол. отделения. - 2-е изд. - Красноярск, 1992. - 39 с. 4. Эхо Ю. Письменные работы в вузах : Практ. руководство для всех, кто пишет дипломные, курсовые, контрольные, доклады, рефераты, диссертации. - 3-е изд. - М. : Инфра-М, 2001. - 125с.
Раздел 5. Обсуждение, анализ текста курсовой работы	-	~ работа над ошибками, дистанционное обсуждение курсовой работы с преподавателем (внеауд. СРС)	1. Волков Ю.Г. Как написать диплом,курсовую,реферат. - Ростов н/Д : Феникс, 2001. - 126с. 2. Твоя курсовая работа:напиши и защити : Практ.рук. - Ростов н/Д : Феникс, 2005. - 125,[1]с. 3. Шмелева Т. В. Курсовые и дипломные работы : метод. указания для студ. филол. отделения. - 2-е изд. - Красноярск, 1992. - 39 с. 4. Эхо Ю. Письменные работы в вузах : Практ. руководство для всех, кто пишет дипломные, курсовые, контрольные, доклады, рефераты, диссертации. - 3-е изд. - М. : Инфра-М, 2001. - 125с.
Раздел 6. Представление результатов исследования, обсуждение в группе	-	~ дистанционное обсуждение с преподавателем результатов исследования (внеауд. СРС)	1. Волков Ю.Г. Как написать диплом,курсовую,реферат. - Ростов н/Д : Феникс, 2001. - 126с. 2. Твоя курсовая работа:напиши и защити : Практ.рук. - Ростов н/Д : Феникс, 2005. - 125,[1]с. 3. Шмелева Т. В. Курсовые и дипломные работы : метод. указания для студ. филол. отделения. - 2-е изд. - Красноярск, 1992. - 39 с. 4. Эхо Ю. Письменные работы в вузах : Практ. руководство для всех, кто пишет дипломные, курсовые, контрольные, доклады, рефераты, диссертации. - 3-е изд. - М. : Инфра-М, 2001. - 125с.
Миф в медиакоммуникациях			
Тема 1. Миф как социокультурный феномен	- вводная лекция -информационная лекция - анализ источника.	- подготовить и презентовать анализ источника (внеауд. и ауд. СРС)	1. Барт, Р. Избранные работы. Семиотика. Поэтика [Текст] / Р. Барт; пер. с фр.; сост., общ. ред. и вступ. ст. Г. Косикова. – М.: Прогресс, Универс, 1994. – 616 с. 2. Бодрийяр, Ж. Общество потребления. Его мифы и структуры / [Текст] /

Раздел модуля	Технология и форма проведения занятий	Задания на СРС	Дополнительная литература и интернет-ресурсы
	Ромашка Блюма		Ж. Бодрийяр; пер. с фр., послесл. и примеч. Е. А. Самарской. – М.: Культурная революция; Республика, 2006. – 269 с. 3. Почепцов, Г.Г. Информационные войны [Текст] / Г.Г. Почепцов. – М.: Рефл-бук; Киев: Ваклер, 2000. – 576 с. 4. Почепцов, Г.Г. Коммуникативные технологии двадцатого века [Текст] / Г.Г. Почепцов. – М.: Рефл-бук; Киев: Ваклер, 2000. – 352 с. 5. Шестаков, В.П. Мифология XX века: Критика теории и практики буржуазной «массовой культуры» [Текст] / В.П. Шестаков. – М.: «Искусство», 1988. – 224 с.
Тема 2. Миф как коммуникация	- лекция-презентация - защита доклада	- подготовить доклад (внеауд. и ауд. СРС)	1. Бодрийяр, Ж. Прозрачность зла [Электронный ресурс] / Ж. 1. Бодрийяр. – Режим доступа: http://www.philosophy.ru/library/baud/zlo.html. 2. Бодрийяр, Ж. Система вещей [Электронный ресурс] / Ж. Бодрийяр. – Режим доступа: http://www.erlib.com. 3. Геращенко, Л.Л. Мифология рекламы [Текст] / Л.Л. Геращенко. – М.: Диаграмма, 2006. – 464 с. 4. Маклюэн, М., Галактика Гутенберга: Сотворение человека печатной культуры [Текст] / М. Маклюэн; пер. с англ. А. Юдина. – К.: Ника-Центр, 2003. – 432 с. 5. Маклюэн, М. Понимание Медиа: Внешние расширения человека [Текст] / М. Маклюэн; пер. с англ. В. Николаева; закл. ст. М. Вавилова. – М.; Жуковский: «КАНОН-пресс-Ц», «Кучково поле», 2003 (Приложение к серии «Публикации Центра Фундаментальной Социологии»). – 464 с.
Тема 3. Средства массовой коммуникации и миф	- лекция-презентация - дискуссия	- подготовиться к дискуссии (внеауд. и ауд. СРС) - написать эссе (внеауд. СРС)	1. Харрис, Р. Психология массовых коммуникаций [Текст] / Р. Харрис; перевод. – СПб.: Еврознак, 2001. – 448 с. 2. Цуладзе, А.М. Политическая мифология [Текст] / А.М. Цуладзе. – М.: Изд-во «Эксмо», 2003. – 384 с. 3. Цуладзе, А.М. Политические манипуляции и покорение толпы [Текст] / А.М. Цуладзе. – М.: «Университет», 1999. – 144 с.

А.3 Методические рекомендации по самостоятельной работе студентов

Методические рекомендации по СРС состоят из примерных тем докладов, творческих заданий, задач, командных упражнений, примерных вопросов собеседования, и других заданий, выполняемых в рамках аудиторной и внеаудиторной самостоятельной работы студентов.

Учебный элемент модуля 1 «Основы теории коммуникации, рекламы и PR».

На практических занятиях студенты знакомятся с основными понятиями коммуникации, тенденциями развития медиаполя и учатся сами создавать тексты для различных целевых аудиторий. Формы и методы работы студентов в процессе изучения УЭММ 1 предполагают: практические занятия и самостоятельную работу студентов, знакомство с интернет-источниками и другой литературой по изучаемой проблематике.

Курс «Основы теории коммуникации, рекламы и PR» способствует развитию у студентов культуры научного мышления. Данный УЭММ предназначен для углубленного изучения дисциплины, проработки отдельных наиболее важных и типичных в методологическом отношении тем курса и их применения при работе с практическим материалом, овладения методологией научного познания. Главная цель практических занятий — обеспечить студентам возможность овладеть навыками и умениями использования теоретического знания применительно к особенностям изучаемой отрасли.

В организации практических занятий реализуется принцип совместной деятельности, сотворчества. Реализуются общий поиск ответов учебной группой, возможность раскрытия и обоснования различных точек зрения у студентов. Такое проведение занятий обеспечивает контроль усвоения знаний и развитие научного мышления студентов.

На экзамене (в теоретической части) студент должен обнаружить знания основ коммуникации в пространстве современных медиа, умение определить их жанровые и структурные особенности, должен уметь писать и трансформировать тексты в зависимости от задач медианосителя и особенностей его целевой аудитории.

Доклад (УЭМ 1, Тема 1)

Цель – обучение навыкам самостоятельной работы, научного анализа источников, оценка уровня владения студентами учебным материалом. Доклад представляет собой публичное выступление студентов по заданной проблеме (анализ исторического генезиса концепций теории коммуникации) в начале занятия (15-20 минут).

Критерии оценки: аргументированность основных позиций, логичность композиции доклада, широта использованных источников.

Темы для доклада:

1. Создание моделей коммуникации как способ решения задач, стоящих перед исследователем. Условия эффективной коммуникации, выявляемые в рамках конкретных моделей.

2. Психологический, психоаналитический подходы (К.Г. Юнг, З. Фрейд, А. Адлер, Ж. Лакан); культурологический (К. Леви-Стросс, М. Бахтин, В. Пропп, Й. Хейзинга, Ж. Бодрийяр, Э. Холл, С. Тинг-Туми); социологический (Б. Малиновский, П. Бурдьё и др.); драматический (Н. Евреинов, П. Ершов) конфликтологический (У. Юри) к изучению коммуникации.

3. Основные конкретно-научные подходы к изучению коммуникации (герменевтика, семиотика): Герменевтический подход (Ф. Шлейермахер, Г. Шпет); семиотический (Ч. Пирс, Ч. Моррис, Ю. Лотман, Р. Барт). Условия эффективной коммуникации, выявляемые в рамках конкретных моделей.

4. Основные конкретно-научные подходы к изучению коммуникации (лингвистика). Лингвистический подход (Ф. де Соссюр, Э. Сепир - Б.Л. Уорф, Н. Хомский, В. Гумбольдт и др.). Условия эффективной коммуникации, выявляемые в рамках конкретных моделей.

5. Охарактеризуйте технократический подход к изучению коммуникации: структура, особенности и функции

6. Взаимосвязь речевой деятельности с другими видами деятельности.

Полный список вопросов в приводится в фонде оценочных средств.

Информационная поддержка:

1. Бахтин М.М. Фрейдизм. Формальный метод в литературоведении. Марксизм и философия языка. Статьи. - М. : Лабиринт, 2000. - 638с. - Бахтин под маской. - ISBN 5-87604-106-9(в пер.)
2. Вердербер Рудольф. Психология общения. Тайны эффективного взаимодействия = Communicate! : Полный курс. - СПб. : Прайм-ЕВРОЗНАК, 2007. - 412с.
3. Дискурс в современном мире. Психологические исследования / авт.: Алексеев Константин Игоревич [и др.] ; под ред.: Н. Д. Павловой, И. А. Зачесовой ; РАН, Ин-т психологии. - М., 2011. - 366,
4. Елина Е.А. Семиотика рекламы : учеб. пособие / Е. А. Елина. - 2-е изд. - М. : Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2010. – 135 с.
5. Кашкин В.Б., Основы теории коммуникации: Краткий курс-М.:АСТ,2007.-247,[1]с.
6. Основы теории коммуникации : учеб. для вузов / Под ред.М.А .Василика. - М. : Гардарики, 2005. - 615с. - (Disciplinae). - Библиогр.в конце гл. - ISBN 5-8297-0135-9(в пер.)

Дискуссия (Тема 2)

Групповая дискуссия проводится с целью формулирования коммуникативных умений, культуры мышления. Главная задача студента - выявить проблему и использовать адекватные технологии для ее исследования и решения. Дискуссия проводится в форме коллективного обсуждения спорного вопроса, при этом каждый студент должен не только представить свою точку зрения, но и последовательно ее аргументировать, ориентируясь при этом не только и не столько на собственный опыт, сколько на авторитетные научные (или публицистические) источники.

Перечень дискуссионных тем:

1. Устная, письменная и электронная коммуникация – проблема соотношения каналов в современном обществе;
2. Электронная коммуникация как средство управления обществом;
3. Виртуальная реальность как эффект коммуникативных технологий;
4. Проблема информационной безопасности личности и общества;
5. Виртуальная реальность – терапия или болезнь личности/общества?
6. Информация и информированность – зло или благо?
7. Почему мы разучились писать письма?
8. Электронная коммуникация: плюсы и минусы.

Информационная поддержка:

1. Берн Эрик. Игры, в которые играют люди: Психология человеческих взаимоотношений. Люди, которые играют в игры: Психология человеческой судьбы. - М. : Эксмо, 2007. - 566,[1]с. - (Психология общения).
2. Бурдьё Пьер. Социология политики. - М. : Socio-Logos, 1993. - 333 с Бурдьё П. Рынок символической продукции // Вопросы социологии. М., 1992, № 1-2.

Работа в фокус-группе (Тема 2)

Фокус-группа – это метод сбора и анализа информации с помощью «глубинного» интервью, которое позволяет добиться от респондента проявления отношения к тому или иному объекту, с помощью обращения к потаенным бессознательным мотивам. Тема для интервьюирования – «коллективное восприятие и коллективная интерпретация телепродукции». Студентам необходимо разделиться на две группы - интервьюеров и респондентов, затем поменяться ролями. Задача – раскрыть манипуляционную функцию коммуникативных методик СМИ, в

частности, выявить механизмы обучения социальным ролям и моделям поведения посредством медийной продукции: ток-шоу, реклама, политический PR.

Творческое задание (Темы 3-6)

Задание выдается преподавателем группе студентов заранее для подготовки во время внеаудиторной самостоятельной работы. На практическом занятии студенты презентуют результаты выполнения задания. Проводится с целью формирования навыков самостоятельного поиска, анализа, систематизации и оценки информации, аргументации собственного мнения.

Темы групповых творческих заданий:

1. Сериал «Великолепный век» (любой другой популярный телесериал): раскройте причины популярности, особенности выстраивания коммуникации;
2. Типичные сюжетные ходы в сериалах и особенности бытовой коммуникации (сериал по выбору студентов);
3. Коммуникация в мультфильмах (возможен выбор мультипликационного фильма студентом или группой);
4. Охарактеризуйте освещение одного и того же события (на выбор студента) разными СМИ (основные идеологемы, причины различий интерпретации);

Рубежная аттестация по УЭМ 1.

Коллоквиум (Тема 3)

Коллоквиум проводится на 9 неделе в форме собеседования преподавателя со студентами с целью контроля уровня освоения тем и разделов, пройденных за определенный период. Пороговому уровню соответствует 112 баллов, максимальное количество баллов – 225.

Вопросы по темам УЭМ 1:

1. Основные концепции происхождения языка.
2. Невербальная коммуникация.
3. Язык телодвижений: основные подходы к изучению.
4. Коммуникация у животных.
5. Цели коммуникации и человеческие потребности.
6. Функции коммуникации.
7. Коммуникационные каналы.
8. Общественные коммуникационные системы.
9. Культура и развитие коммуникации.
10. Коммуникационные потребности.
11. Социально-коммуникационные институты.
12. Устноречевая и письменноречевая коммуникация. Монолог. Диалог.
13. Модели психотерапевтической коммуникации. НЛП.
14. Коммуникативные процессы в период выборов.
15. Разрешенные/запрещенные темы в моно- и поликультурной коммуникации.
16. Телевизионные новости, кино, театр как коммуникация.

УЭМ 2. Курсовая работа

В ходе подготовки бакалавров по направлению «Журналистика» в соответствии с основной образовательной программой студенты выполняют курсовые работы по данному модулю.

Трудоемкость курсовой работы – 3 ЗЕТ.

Курсовая работа выполняется по заданиям, составленным с учетом знаний, умений и навыков, полученных студентами в результате освоения следующих дисциплин БУП в данном и предыдущих семестрах: «Основы теории коммуникации», модуля «Отечественная журналистика», «Философия», «Политология», «Культурологические основы СМИ».

Оформление рукописи должно соответствовать требованиям стандарта НовГУ СТО 1.701-2010 «Текстовые документы».

Темы курсовых работ студентов утверждаются выпускающей кафедрой. Тематика курсовой работы должна отвечать задачам модуля. Исходя из этого, предполагается также решение следующих общих задач:

- научить студентов отбирать и использовать источники научной информации в обозначенной плоскости;
- научить правильно владеть техникой цитирования и оформления сносок;
- научить отбирать и анализировать необходимый для исследования материал;
- научить правилам оформления работы в соответствии с требованиями ГОСТа.

Студент имеет право предложить свою тему курсовой работы, удовлетворяющую требованиям кафедры.

Основные руководящие данные для выполнения курсовой работы оформляются соответствующей кафедрой в **индивидуальном задании студенту**. В задании на курсовую работу формулируются:

- название темы курсовой работы;
- результаты, которые должны быть достигнуты в выполненной курсовой работе;
- исходные данные, необходимые для выполнения работы;
- количество и характер представляемого экспертного материала;
- сроки выполнения курсовой работы.

Порядок аттестации по курсовым работам.

Аттестация студентов по курсовой работе производится в виде защиты результатов курсовой работы на заседании комиссии. В состав комиссии входят преподаватели кафедры. Максимальное количество баллов, которые может получить студент за выполнение курсовой работы – 150 баллов. Пороговому уровню соответствует 75 баллов.

Студент, не представивший в установленный срок курсовую работу или не защитивший ее, считается имеющим академическую задолженность.

Защищенные курсовые работы к повторной защите с целью повышения оценки не допускаются.

Общие требования к оформлению курсовой работы.

Курсовая работа оформляется в виде рукописи, излагающей постановку задачи, содержание исследования и его основные результаты.

Содержание работы должно демонстрировать знакомство автора с основной литературой по теме работы, умение выявить задачу исследования и определить методы ее решения, умение последовательно изложить существо рассматриваемых вопросов, владение необходимой терминологией и понятиями, приемлемый уровень языковой грамотности и владение стилем научного изложения.

Рукопись курсовой работы должна иметь следующую структуру:

- титульный лист;
- содержание;
- введение;
- главы, разделы, излагающие основное содержание работы;
- заключение;
- список используемой литературы и источников;
- приложения.

Оформление рукописи должно соответствовать требованиям стандарта НовГУ СТО 1.701-2010 «Текстовые документы».

Рубежный контроль по УЭМ 2.

К 9 неделе студенту необходимо представить тему, структуру исследования, методы работы, отобрать и проанализировать материал для исследования, подготовить теоретический блок для курсовой работы.

Пороговому уровню соответствует 35 баллов, максимальное количество баллов – 75.

Примерная тематика курсовых работ:

1. Коммуникативные стратегии и тактики в речи политика. Стратегия самопрезентации (на конкретном примере действующего политика);
2. Использование технических средств коммуникации в деятельности конкретного учреждения/социального института региона.
3. Состояние и пути развития социальной рекламы в регионе.
4. Коммуникация с целевой аудиторией конкретного медиапроекта региона (интернет-проекта, медиаресурса).
5. Специфика политической коммуникации во время предвыборной кампании (на конкретном примере).
6. Специфика имиджевой коммуникации (пример регионального лидера).
7. Языковая личность. Национальная и региональная специфика речевого поведения.
8. Коммуникативные неудачи политика (осмысление примеров предвыборных кампаний).
9. Целевые аудитории проекта и виды коммуникации с ними.
10. Коммуникативное поведение лидера.
11. Сериал как коммуникация
12. Телевизионные новости как коммуникация
13. Театр как коммуникация
14. Кино как коммуникация
15. Пресс-конференция как коммуникация
16. Пропаганда как коммуникация
17. Реклама как коммуникация
18. Коммуникационные модели в психотерапии
19. Коммуникативный анализ телевизионной рекламы
20. Мифология советского времени
21. Мифология советского кино
22. Мифология американского кино
23. Имидж политического лидера
24. Имидж политической партии
25. Имидж в шоу-бизнесе
26. Построение корпоративного имиджа
27. Пропагандистская кампания
28. Коммуникативные процессы периода выборов
29. Коммуникативные действия в работе пресс-службы
30. Разрешенные/запрещенные речевые темы в разных ситуациях
31. Создание специальных событий как типа коммуникации
32. Анализ освещения одного события разными СМИ
33. Специфика коммуникации в блогах, чатах и т.д. (по выбору студента)

Полный список тем курсовой работы содержится в фонде оценочных средств.

УЭМ 3. Миф в медиакоммуникациях

Анализ источника по ТРКМ. Ромашка Блюма (Тема 1)

Технология развития критического мышления через чтение и письмо предполагает анализ текста, который выполняется студентами индивидуально, при этом используется одна из технологий развития критического мышления - Ромашка Блюма. Для анализа предлагаются на выбор несколько источников по теории мифотехнологий в рекламе и PR. Перед прочтением задаются оценочные и интерпретирующие вопросы, ответы выступающих помогут оценить уровень владения ими актуальной проблемой. Итог: развитие мыслительных навыков, умение работать с информацией, анализировать различные стороны явлений. Этапы работы с источником: чтение, анализ, ответы на вопросы, конспектирование.

Список источников для анализа:

1. Барт, Р. Мифологии [Текст] / Р. Барт; пер. с фр.; вступ. ст. и коммент. С.Зенкина. – М., 1996. – 312 с.

2. Бодрийяр, Ж. Общество потребления. Его мифы и структуры / [Текст] / Ж. Бодрийяр; пер. с фр., послесл. и примеч. Е. А. Самарской. – М.: Культурная революция; Республика, 2006. – 269 с.

3. Маклюен, М. Понимание Медиа: Внешние расширения человека [Текст] / М. Маклюен; пер. с англ. В. Николаева; закл. ст. М. Вавилова. – М.; Жуковский: «КАНОН-пресс-Ц», «Кучково поле», 2003 (Приложение к серии «Публикации Центра Фундаментальной Социологии»). – 464 с.

4. Марк М., Пирсон К. Герой и бунтарь. Создание бренда с помощью архетипа // Пер. с англ. под ред. В. Домнина, А. Сухенко. — СПб.: Питер, 2005. — 336 е.: ил. — (Серия «Маркетинг для профессионалов»)

5. Метт Хейг. Выдающиеся бренды. Режим доступа: <http://razym.ru/literatura/boeviki/132009-mett-heyg-semya-redli.html>

6. Пендикова, И. Архетип и символ в рекламе: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Реклама», «Маркетинг», «Коммерция (торговое дело)» / И.Г. Пендикова, Л.С. Ракитина; под ред. Л.М. Дмитриевой. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2008. — 303 с.

7. Почепцов Г. Символы в политической рекламе. Режим доступа: http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Psihol/Pochep/09.php

8. Ульяновский, А.В. Мифодизайн: коммерческие и социальные мифы [Текст] / А.В. Ульяновский. — СПб, 2005. — 539 с.

Полный список источников для анализа содержится в фонде оценочных средств.

Доклад (Тема 2)

Темы для докладов

При проведении семинара по данной теме рекомендуется использовать итоги самостоятельного изучения студентами той или иной темы. По завершении самостоятельного освоения темы студенты могут подготовить доклады, которые затем выносятся на обсуждение со всей студенческой группой. В процессе обсуждения выявляются наиболее сильные и слабые стороны подготовленных докладов, общим мнением выбираются самые результативные из выполненных работ.

Темы для индивидуальных заданий: «Миф как часть современной культуры», «Мифологические архетипы как модели поведения», «Миф как инструмент влияния коммуникатора на аудиторию»

Дискуссия (Тема 3)

Групповая дискуссия проводится с целью формулирования коммуникативных умений, культуры мышления. Главная задача студента - выявить проблему и использовать адекватные технологии для ее исследования и решения. Дискуссия проводится в форме коллективного обсуждения спорного вопроса, при этом каждый студент должен не только представить свою точку зрения, но и последовательно ее аргументировать, ориентируясь при этом не только и не столько на собственный опыт, сколько на авторитетные научные (или публицистические) источники.

Перечень дискуссионных тем:

1. СМИ – транслятор объективной информации или источник мифов?
2. Телевизионные новости: миф или реальность?
3. Реклама: «двигатель торговли» или источник мифов, стереотипов, штампов?

Информационная поддержка:

1. Петренко В.Ф. ТВ и психология // Телевидение вчера, сегодня, завтра. — М., 1986.
2. Олешкевич В.И. Рождение новой психотехнической культуры. — М., 1997.
3. Мельник Г. С. Mass Media: психологические процессы и эффекты. - СПб., 1996.
4. Маклюэн М. Телевидение. Робкий гигант // Телевидение вчера, сегодня, завтра. - Вып. 7. - М., 1987.
5. Гулыга А. Миф как философская проблема // Античная культура и современная наука. - М., 1985.

Эссе (Темы 1, 2, 3)

Предполагает анализ определенного текста, прививает навыки работы с информацией, самостоятельной селекции главного и второстепенного, развивает мыслительные навыки. Тема для написания эссе и список источников выдаются студентам в начале первого занятия для внеаудиторной проработки. В эссе должны быть отражены как авторское видение проблемы, так и интерпретация теоретического материала по данному вопросу.

Выбор формы эссе предоставляется студенту, но студент должен отразить в работе все свои знания и навыки, приобретенные в ходе курса.

Эссе должно опираться на репрезентативный список первоисточников (рекомендованных программой).

Общий объем работы от 5 до 10 страниц.

Возможные темы для эссе

1. Архетипы современной рекламы.
2. Манипулирование общественным сознанием и миф.
3. Массовая культура как современная мифология.
4. Миф древний и миф настоящий. Возвращение мифологического сознания.
5. Миф и аналитическая психология. Архетипы в современной трактовке мифа.
6. Миф как альтернатива «информационному взрыву».
7. Миф на службе имеджелогии.
8. Мифология и тоталитарные режимы XX века.
9. Мифы и российский национальный менталитет.
10. Национальный характер и миф о России.
11. Потребительское поведение в контексте изменений в современном обществе.
12. Потребление, как социально-ориентированная коммуникация.
13. Современная пресса: претензии мифотворчества.

Информационная поддержка:

1. Бодрийяр, Ж. К критике политической экономии знака [Текст] / Ж. Бодрийяр ; пер. с фр. Д. Кралечкина. – М. : Библион-Русская книга, 2004. – 304 с.
2. Большая советская энциклопедия [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.diclib.com>.
3. Вебер, М. Образ общества: избранное [Текст] / М. Вебер ; пер. с нем. – М. : Юрист, 1994. – 704 с.
4. Вебер, М. Протестантская этика и дух капитализма [Электронный ресурс] / М. Вебер. – Режим доступа: <http://socioline.ru/book/maks-veber-protestantskaya-etika-i-duh-kapitalizma>.
5. Веблен, Т. Теория праздного класса [Текст] / Т. Веблен ; пер. с фр. – М. : Прогресс, 1984. – 368 с.
6. Вейнингер, О. Пол и характер [Электронный ресурс] / О. Вейнингер. – Режим доступа: <http://www loveman.ru/content/view/367/3/1>.
7. Викентьев, И.Л. Приемы рекламы и Public Relations [Текст] / И.Л. Викентьев. – СПб. : Гардарика, 1998. – 528 с.
8. Лазебный Л., Шалимова Л. Мифологический аспект рекламы как идеология массового общества // Бренное и вечное: социально-мифологические и политософские измерения идеологии в «массовых обществах»: Материалы Всерос. науч. конф. / редкол. А. П. Донченко и др. – Великий Новгород, 2007. – С.172 – 174.
9. Лаку-Лабарт, Ф. Нацистский миф [Текст] / Ф. Лаку-Лабарт, Ф.Ж.-Л. Нанси. – СПб. : Владимир Даль, 2002. – 80 с.
10. Леви-Брюль, Л. Первобытное мышление [Электронный ресурс] / Л. Леви-Брюль. – Режим доступа: http://www.i-u.ru/biblio/archive/levi_pervmyshl.htm.
11. Почепцов, Г. Теория коммуникации [Электронный ресурс] / Г. Почепцов. – Режим доступа: <http://www.belb.net/obmen/pochepcov-theory-of-com.htm>.

12. Психология и психоанализ рекламы. Личностно-ориентированный подход [Текст] / Самара : Издательский дом БАХРАХ-М, 2001. – 750 с.
13. Ранк, О. Миф о рождении героя [Текст] / О. Ранк. – М., 1997. – 252 с.
14. Рассохина И. Объект желания в рекламе. Гендерный аспект / И. Рассохина // Виртуальное пространство культуры : материалы науч. конф. – СПб. : С.-Петербург. филос. о-во, 2000. – С. 144 – 148.
15. Ривз, Р. Реализм в рекламе [Текст] / Р. Ривз ; пер. с англ. – М. : Внешторгреклама, 1983. – 114 с.
16. Саврасов, Л. Виртуальное пространство культуры: материалы научной конференции 11-13 апреля 2000 г. / Л. Саврасов. – СПб. : Санкт-Петербургское философское общество, 2000. – С. 83 – 84.
17. Самосознание европейской культуры XX века: сборник [Текст]. – М. : Политиздат, 1991. – 527 с.
18. СамУЭМлс, Э. Юнг и юнгианцы. Курс юнгианского психоанализа / Э. СамУЭМлс. – СПб., 2002. – 285 с.
19. Сергов, С. Графика современного знака [Текст] / С.Сергов. – М. : «Линия График», 2005. – 408 с.
20. Сивулка, Дж. Мыло, секс и сигареты: История американской рекламы [Текст] / Дж. Сивулка. – СПб. : Питер, 2002. – 576 с.
21. Складов, А. Миф о мифологическом сознании [Электронный ресурс] / А. Складов. – Режим доступа: <http://www.lah.ru>.
22. Строев, С. Постиндустриальный симулякр – добро пожаловать в ролевую игру [Элек-торный ресурс] / С. Строев. – Режим доступа: <http://www.contr-tv.ru/common/2263/htm>.
23. Суворов, Н. Элитарная и массовая культуры в атмосфере постмодернизма [Текст] / Н. Суворов. – СПб, 2002. – 200 с.
24. Тарасов, А. Молодежь как объект классового эксперимента [Электронный ресурс] / А. Тарасов // Свободная мысль -XXI. – 2004. – №12. – Режим доступа: <http://saint-juste.narod.ru/begbeder.htm>.
25. Ульяновский, А. Наш мир рекламы [Электронный ресурс] / А.Ульяновский. – Режим доступа: <http://gold-section.ru/press/articles/view>.
26. Ульяновский, А. Социально-философские основы и принципы мифодизайна [Электронный ресурс] / А.Ульяновский. – Режим доступа: <http://evartist.narod.-ru/text14/102.htm>.
27. Ученова, В. Философия рекламы. Учебное пособие для вузов [Текст] / В.В.Ученова. – М. : Гелла-принт, 2003. – 208 с.
28. Уши машут ослом. Современное социальное программирование [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://samouch-ka.net/ebooks/otherbooks/13282-ushi-mashutoslom.sovre-me-nnoe.html>.
29. Феофанов, О. Реклама. Новые технологии в России [Текст] / О. Феофанова. – СПб, 2000. – 200 с.
30. Франкл, В. В борьбе за смысл [Электронный ресурс] / В. Франкл. – Режим доступа: <http://ishulenina.ru/Classiki/Frankl>
31. Хорни, К. Невротическая личность нашего времени [Электронный ресурс] / К. Хорни. – М. : Прогресс-Универс, 1993. – Режим доступа: <http://www.psylib.ukrweb-.net/books/hornk02>.
32. Элиаде, М. Миф о вечном возвращении [Электронный ресурс] / М. Элиаде. – Режим доступа: http://www.koob.ru/mircea_eliade/mif_o_vechnom_vozvrashenii.
33. Юнг, К.Г. Аналитическая психология: ее теория и практика: тавистокские лекции [Текст] / К.Г. Юнг ; пер. с англ., вступ. ст. В.В. Зеленского. – СПб. : Б.С.К., 1998. – 212 с.
34. Юнг, К.Г. Архетип и символ [Электронный ресурс] / К.Г. Юнг. – Режим доступа: <http://azps.ru/hrest/93/2107782.html>.

Приложение Б
Технологическая карта
учебного модуля «Теория коммуникации»
 семестр – 5, ЗЕ – 9, вид аттестации – экзамен, акад. часов – 324, баллов рейтинга – 450

№ и наименование раздела учебного модуля, КП/КР	№ недел и сем.	Трудоемкость, ак.час					Форма текущего контроля успеваемости (в соответствии с паспортом ФОС)	Максим. кол-во баллов рейтинга
		Аудиторные занятия				СРС		
		ЛЕК	ПЗ	ЛР	АСР С			
«Основы теории коммуникации, рекламы и PR»	1-12	26	34	-	12	100		150
Теория коммуникации как научная и учебная дисциплина	1-2	4	7		2	20	доклад	5
							конспект источника	5
Информация и информационная деятельность	3-4	4	6		2	20	дискуссия	5
							работа в фокус-группах	5
Коммуникация как процесс и структура	5-6	6	6		3	15	коллоквиум	5
							творческое задание	25
Контакт в речевой коммуникации	7-8	4	5		1	15	творческое задание	25
Референт в речевой коммуникации	9-10	4	5		2	15	творческое задание	35
Динамика языковых и коммуникативных процессов в современном российском обществе	11-12	4	5		2	15	творческое задание	40
Рубежный контроль	9	не менее 75 баллов из 150						
Курсовая работа	1-18	-	-	-	2	108		100
Определение темы и структуры исследования	1-3					10		
Планирование методов работы. Отбор и анализ материала для исследования.	4-6					10		
Подготовка теоретического блока для курсовой работы	7-9					40	анализ текста курсовой работы	30
Работа над практической частью исследования	10-12					40		

№ и наименование раздела учебного модуля, КП/КР	№ недел и сем.	Трудоемкость, ак.час					Форма текущего контроля успеваемости (в соответствии с паспортом ФОС)	Максим. кол-во баллов рейтинга
		Аудиторные занятия				СРС		
		ЛЕК	ПЗ	ЛР	АСР С			
Обсуждение, анализ текста курсовой работы.	13-15					8	анализ текста курсовой работы	30
Представление результатов исследования, обсуждение в группе.	16-18					-	защита курсовой работы	40
Рубежный контроль	9	не менее 75 баллов из 150						
Миф в медиакоммуникациях	13-18	10	20	-	6	26		150
Миф как социокультурный феномен	13-14	4	10		2	10	анализ источника	40
Миф как коммуникация	15-16	2	5		2	5	доклад	30
Средства массовой коммуникации и миф	17-18	4	5		2	11	творческое задание	40
							эссе	40
Семестровый контроль - экзамен								
Итого:		36	54		18	234		450
Критерии оценки качества освоения студентами дисциплины: - оценка «удовлетворительно» – от 225-337 баллов - оценка «хорошо» – от 338- до 404 баллов - оценка «отлично» – от 405 до 450 баллов								

Приложение В
Карта учебно-методического обеспечения

Учебного модуля «Теория коммуникации»

Направление (специальность) 42.03.02 — Журналистика

Формы обучения очная, заочная

Курс 3 Семестр 5

Часов: всего 324, лекций 36, практ. Зан. 54, лаб. раб. - 0, СРС- 234

Обеспечивающая кафедра кафедра журналистики

Таблица В.1- Обеспечение учебного модуля учебными изданиями

Библиографическое описание издания (автор, наименование, вид, место и год издания, кол. стр.)	Кол. экз. в библ. НовГУ	Наличие в ЭБС
Учебники и учебные пособия		
Александрова Н. В. Выполнение курсовой и выпускной квалификационной работы : Учеб.-метод.пособие / Н. В. Александрова, А. М. Щетинина ; Новгород. гос. ун-т им. Ярослава Мудрого. - Великий Новгород, 2007. - 47, [1]с.	10	
Бондырева С.К. Коммуникация: от диалога межличностного к диалогу межкультурному : учеб. пособие / Рос.акад.образования, Моск. психол.-соц.ин-т. - М.; Воронеж : Московский психолого-социальный ин-т: МОДЭК, 2007. - 384с.	2	
Шарков Ф. И. Коммуникология. Социология массовой коммуникации : учеб. пособие : для вузов по спец. "Связи с общественностью" / Ф. И. Шарков ; Междунар. акад. бизнеса и упр., Ин-т соврем. коммуникац. систем и технологий. - М. : Издательско-торговая корпорация "Дашков и К" : Издательство Шаркова, 2010. - 318, [1] с.	12	
Учебно-методические издания		
Рабочая программа модуля с приложениями «Теория коммуникации» / Авт.-сост. С.А. Базилян; НовГУ. – В.Новгород, 2017.	1 на кафедре	
Таблица 2. Информационное обеспечение учебного модуля	Электронный адрес ресурса	
Социальные сети от А до Я. [Электронный ресурс.]	http://www.social-networking.ru/papers	
Сулер Дж., (John Suler), Люди превращаются в Электроников: основные характеристики виртуального пространства. [Электронный ресурс.]	http://flogiston.ru/articles/netpsy/electronic	
Фриндте В., Келер Т. Публичное конструирование Я в опосредованном компьютером общении. [Электронный ресурс.]	http://flogiston.ru/articles/netpsy/frindte	
Эко У. От Интернета к Гуттенбергу [Электронный ресурс.]	http://nlo.magazine.ru/philosoph/inost/10.html	

Таблица 3 – Дополнительная литература

Библиографическое описание* издания (автор, наименование, вид, место и год издания, кол. стр.)	Кол. экз. в библ. НовГУ	Наличие в ЭБС
Шарков Ф. И. Коммуникология. Основы теории коммуникации : учеб. для вузов / Ф. И. Шарков ; Междунар. акад. бизнеса и упр. ; Ин-т соврем. коммуникац. систем и технологий. - 4-е изд., перераб. - М. : Издательско-торговая корпорация "Дашков и К" : Издательство Шаркова, 2014. - 487, [1] с. : ил.	2	
Борисов Б.Л. Технологии рекламы и PR : учеб. пособие. - М. : Издательско-торговый дом Гранд:Фаир-Пресс, 2001. - 617,[1]с. : ил.	3	
Березкина О.П. Социально-психологическое воздействие СМИ : учеб. пособие для вузов. - М. : Академия, 2009. - 239,[1]с.	5	
Кузнецов В.Ф. Связи с общественностью:Теория и технологии : учеб. для вузов / Ин-т гуманит.образования;Проект "ИГУМО - учебники для вузов". - 3-е изд., испр. и перераб. - М. : Аспект-Пресс, 2009. - 301,[1]с. : ил.	6	
Кузнецов П. А. Public Relations. Связи с общественностью для бизнеса: практические приемы и технологии / П. А. Кузнецов. - М. : Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2015. - 294, [1] с. : ил.	2	

Действительно для учебного года 2017/2018

Зав. кафедрой

Т.Л. Каминская

10 мая 2017 г.

СОГЛАСОВАНО
НБ НовГУ:

должность

подпись

расшифровка

