

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Воронежский государственный технический университет»

Кафедра русского языка и межкультурной коммуникации

**СОВРЕМЕННЫЕ ТЕОРИИ КОММУНИКАЦИИ
МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ**

к практическим занятиям для студентов магистратуры
направления подготовки 42.04.02 «Журналистика»
всех форм обучения

Воронеж 2024

УДК 159.9:316.6(07)
ББК 88.53я73

Составитель:
д-р филол. наук С.А. Скуридина

Современные теории коммуникации: методические указания к практическим занятиям для студентов магистратуры направления подготовки 42.04.02. «Журналистика» всех форм обучения / ФГБОУ ВО «Воронежский государственный технический университет»; сост.: С. А. Скуридина. - Воронеж: Изд-во ВГТУ, 2024. - 16 с.

Методические указания разработаны с целью организации практических занятий обучающихся по дисциплине «Современные теории коммуникации». Приводится примерная тематика рефератов, кейсовые и тестовые задания, а также прикладные и стандартные задачи.

Предназначены для студентов направления подготовки 42.04.02 «Журналистика» всех форм обучения.

Подготовлены в электронном виде и содержатся в файле МУ_Совр_теор_комм_маг_2024.pdf.

УДК 159.9:316.6(07)
ББК 88.53я73

Рецензент - О.В. Сулемина, к-т филол. наук, доц. кафедры русского языка и межкультурной коммуникации ВГТУ

*Издается по решению редакционно-издательского совета
Воронежского государственного технического университета*

Целью освоения дисциплины «Современные теории коммуникации» является формирование у студентов системного представления о теоретических подходах и концепциях массовой коммуникации, ее базовых институтах и процессах, а также о тенденциях развития современной массовой коммуникации.

Тематика лекционных и практических занятий

№ п/п	Наименование темы	Содержание раздела
1	Коммуникация как процесс и структура	Основные направления изучения коммуникации. Понятие социальной коммуникации. Механистический и деятельностный подход к коммуникации. Задачи процесса социальной коммуникации. Основные компоненты коммуникации как процесса. Вербальная и невербальная коммуникация. Уровень восприятия и понимания сообщения в ходе коммуникации. Модели коммуникации в рамках современной теории коммуникаций.
2	Типы, формы и уровни коммуникации	Типы коммуникаций, отражающих коммуникативное взаимодействие представителей социальных структур. Основные формы-модели коммуникативной деятельности. Вербальные средства коммуникации и коммуникативные функции языка. Высказывание и дискурс – единицы вербальной коммуникации. Невербальные средства коммуникации. Их роль по отношению к вербальной информации. Факторы, влияющие на пантомимику.
3	Теории массовой коммуникации	Определение массовой коммуникации. Особенности массовой коммуникации. Массовая коммуникация и медиа. Концепция массового общества и массовой коммуникации.

4	Системный подход к коммуникации	Ключевые понятия общей теории систем. Основные правила системного подхода. Коммуникационная система, коммуникационная структура, коммуникативное пространство. Субстанциональная и реляционная концепции. Коммуникационная деятельность и формы коммуникативного действия. Формы управленческого монолога. Системно-структурные представления о массовой коммуникации. Социодинамическая теория массовой коммуникации. Медиа как средство поддержания системной стабильности.
5	Информационная теория массовой коммуникации	Информация как общенаучная категория. Модели коммуникативного процесса. Коммуникативная цепь и её элементы.
6	Семиотическая теория массовой коммуникации	Семиотика как наука о знаках. Понятие знака в семиотике. Проблема значения и знака. Типология знаков. Виды отношений между средством выражения знака и его референтом (означаемым). Понятие конвенциональности. Основные категории семиотики. Парадигмы и синтагмы. Денотация и коннотация. Метафора и метонимия. Коды и кодификация. Понятие «расположения субъекта».

Примерная тематика рефератов

1. Социальная коммуникация и социальные системы.
2. Структура коммуникативного процесса в свете современных теорий.
3. Основные методы исследования коммуникаций.
4. Общенаучные и частнонаучные методы исследования коммуникаций.
5. Методы тестирования коммуникативной компетенции.
6. Этапы развития коммуникации в обществе.
7. Особенности межличностной, специализированной и массовой коммуникации.
8. Преимущества и недостатки электронной коммуникации.
9. Когнитивная теория диссонанса Л. Фестингера.

10. Ведущие подходы к обоснованию типов массовой коммуникации.
11. Система коммуникаций и коммуникационная система.
12. Основные формы коммуникативного действия.
13. Проблемы повышения эффективности массовой коммуникации в современных условиях.
14. Категория «интертекстуальность» и ее значение в массовых теориях.
15. Модели знака Ф. де Соссюра и Ч. Пирса: сходства и различия.
16. Основные характеристики массового общества.
17. «Белая», «серая», «черная» пропаганды: особенности использования в современных массовых коммуникациях.
18. Концепция социальной ответственности и средства массовой информации.
19. Естественные и искусственные каналы массовой коммуникации.
20. Системные качества массовой коммуникации.

Образцы тестовых заданий

1. Укажите семантический коммуникативно-образующий элемент в структуре коммуникации
 - а. текст
 - б. сигнал
 - в. Получатель

2. Какое основное положение теории информации определяет следующее высказывание Н. Винера: «Информация, поступающая обратно в управляющий центр стремится противостоять отклонению управляемой величины от управляющей?»
 - а. о когнитивном резонансе
 - б. об обратной связи
 - в. о затухании сигнала

3. Назовите основной коммуникативно-образующий элемент массовой коммуникации:
 - а. сообщение (текст)
 - б. аудитория (получатель)
 - в. канал передачи

4. Каким может быть коммуникативное действие по своему содержанию?
 - а. личностным и безличностным
 - б. аксиальным (axio – ось)
 - в. ретиальным (retio – сеть)

5. Как обозначается поток сообщений социокультурного цикла коммуникации, ориентированный на потребности индивидуума?

- А. Общественно-потребностный
- Б. Общественно-значимый
- В. Личностно-потребностный

6. Коммуникативная деятельность представляет собой

- а. Субъектно-объектные отношения
- б. Субъектно-субъектные отношения
- в. Объектно-объектные отношения

7. Прагматическое отношение к информации – это

- а. Отношение информации к объекту
- б. Отношение информации к субъекту
- в. Отношение информации к тому и другому

8. Семантическое отношение к информации – это

- а. Отношение информации к объекту
- б. Отношение информации к субъекту
- в. Отношение информации к тому и другому

9. Что выражает понятие негэнтропия информации?

- А. Убывание информации
- Б. Увеличение информации
- В. Очищение и упорядочение информации

10. Релевантная информация – это

- а. Возможность уменьшения неопределенности информации
- б. Возможность увеличения неопределенности информации
- в. Возможность вариантности информации

Задания для решения стандартных задач

1. Что обозначает термин «контекстуализация» по отношению к процессу возникновения и распространения новостной информации?

- а. Совмещение одновременных фактов и событий
- б. Сопоставление одновременных фактов и событий
- в. Сравнение разновременных фактов и событий

2. Что обозначает термин «фигурация» по отношению к процессу возникновения и распространения новостной информации?

- а. Придание факту достоверности
- б. Метафоричность, символический код

в. Искажение информации

3. Укажите наиболее эффективную форму (способ) политической коммуникации:

- а. посредством неформальных контактов, собраний и митингов
- б. с помощью общественно-политических организаций, объединений и институтов
- в. через печатные и электронные СМИ

4. Выберите среди типов политических сообщений такие, на которых основан контакт между субъектами политики

- а. побудительные (воздействующие на аудиторию)
- б. собственно информативные (реальные и вымышленные сообщения)
- в. фактические (информация о действиях субъектов коммуникации)

5. Какая функция по классификации Д.Макквейла может возлагаться на СМИ для достижения согласия (консенсуса) действующими элементами коммуникации?

- а. континуитивная
- б. корреляционная
- в. Развлекательная

6. Укажите модель политической коммуникации, в которой используются знаковые особенности речи политиков и журналистов (вербальные и визуальные)

- а. мифическая
- б. архетипическая
- в. Семиотическая

7. Какой из современных глобальных процессов непосредственно затрагивает область журналистики и массовых коммуникаций?

- а. электронизация
- б. компьютеризация
- в. Медиатизация

8. Кто основатель количественного метода анализа содержания коммуникации?

- а. В.Шрамм
- б. С.Бир
- в. Г.Лассауэлл

9. Какие три уровня коммуникации выделял, как основные, один из создателей ее теории К.Шеннон?

- а. технический, семантический, уровень эффективности

- б. эстетический, этический, идеологический
- в. психологический, культурный, исторический

10. Как определял социолог Г.Лассауэлл содержание объема коммуникации, взятого для изучения ее эффективности?

- а. квадрат качества
- б. рамка внимания
- в. стоп-кадр информации

Задания для решения прикладных задач

1. Проведите анализ содержимого 5 различных новостных сайтов на предмет предвзятости в освещении одной и той же темы (например, выборы).

Используйте количественный метод анализа содержания и составьте отчет с выводами о том, как различается представление фактов.

2. Проанализируйте, как посты в социальных сетях влияют на общественное мнение по актуальным вопросам (например, изменение климата). Соберите данные, проведите опрос и предложите рекомендации для подхода к коммуникации в социальных сетях.

3. Разработайте стратегию коммуникации для некоммерческой организации, занимающейся защитой окружающей среды. Включите в свою стратегию целевую аудиторию, каналы коммуникации и ключевые сообщения.

4. Проведите сравнение стратегий коммуникации двух компаний, работающих на разных рынках (например, одна в России, а другая в Японии). Как культурные различия влияют на их подход к рекламе и взаимодействию с клиентами?

5. Изучите, как именно изменилось восприятие информации о вакцинации после проведения крупных информационных кампаний в разных странах. Используйте методы качественного и количественного анализа для оценки изменений.

6. Оцените влияние платформ, таких как TikTok, на процесс распространения информации среди молодежи. Проведите опрос и проанализируйте содержание популярных видео, чтобы выяснить, какие темы наиболее актуальны.

7. Проанализируйте, как организации реагируют на кризисные ситуации в коммуникации с общественностью (например, при экологических катастрофах). Какой подход был наиболее эффективным? Предложите улучшения для будущих сценариев.

8. Проанализируйте, как пользователи социальных сетей предоставляют обратную связь брендам. Как компании могут адаптировать свою стратегию на основе этой информации?

9. Создайте концепцию медиапроекта, который будет направлен на изменение общественного мнения по актуальной социальной проблеме (например, экология, равенство прав). Обоснуйте Ваш выбор медиаформата и подхода, используя теории массовой коммуникации, такие как теорию фрейминга

10. Исследуйте конкретный случай успешной или неудачной коммуникационной кампании (например, рекламной или PR-кампании). Отметьте, какие элементы теорий коммуникации были использованы (или не использованы) и как это повлияло на результат.

Вопросы для подготовки к зачету

1. Понятие социальной коммуникации. Задачи процесса социальной коммуникации.
2. Механистический и деятельностный подход к коммуникации.
3. Основные компоненты коммуникации как процесса.
4. Основные классификации социальной коммуникации.
5. Линейная модель массовой коммуникации.
6. Трансакционная модель массовой коммуникации.
7. Интерактивная (круговая) модель межличностной коммуникации.
8. Типы коммуникаций, отражающих коммуникативное взаимодействие представителей социальных структур.
9. Основные формы-модели коммуникативной деятельности.
10. Вербальные средства коммуникации и коммуникативные функции языка.
11. Невербальные средства коммуникации. Паравербальные и экстравербальные сигналы.
12. Синтетические виды и средства коммуникации.
13. Массовая коммуникация и её особенности. Массовая коммуникация и медиа.
14. Концепция массового общества (М. Вебер) и массовой коммуникации.
15. «Белая», «серая» и «чёрная» пропаганда.
16. Теория социальной ответственности (Д. МакКуэйл).
17. Основные теории массовой коммуникации.
18. Основные правила системного подхода к массовой коммуникации.
19. Коммуникационная деятельность и формы коммуникативного действия.
20. Системно-структурные представления о массовой коммуникации.

Кейсы

Кейс-метод обучения - это техника, которая использует описание реальных экономических, социальных и бизнес-ситуаций. Обучающиеся должны исследовать ситуацию, разобраться в сути проблем, предложить возможные решения и выбрать лучшее из них.

Применение кейс-метода позволяет:

- реализовать проблемное обучение;
- оценить сформированность компетенций;
- развивать междисциплинарные знания и умения;
- развивать метапредметные знания и умения, в том числе коммуникативные навыки и soft skills: умение работать в команде, проявлять гибкость, улаживать конфликтов, умение убеждать и искать компромиссы.

Кейсы помогут студентам понять, как применять методы журналистики данных на практике, развить навыки работы с данными, научиться делать выводы на их основе, освоить новые методы анализа и визуализации данных, а также научиться работать с большими объемами информации.

Кейс 1

Разработка стратегии коммуникации

Задание:

Представьте, что Вы - менеджер по связям с общественностью для нового стартапа. Разработайте стратегию коммуникации, основанную на теории двухступенчатой коммуникации К. Лазарсфельда. Учтите целевую аудиторию и методы, которые Вы будете использовать для достижения Вашей цели.

Кейс 2

Анализ влияния СМИ

Задание:

Вы являетесь медиакритиком и получили задание проанализировать, как определенная телеведущая формирует общественное мнение о социальных проблемах (например, изменение климата). Используя теорию "агентации", проанализируйте, каким образом её репортажи могут побудить зрителей к действию. Какие элементы её подачи информации могут играть ключевую роль в это процессе?

Кейс 3

Исследование медиаэффекта

Задание:

Вы работаете в исследовательском центре, который проводит анализ влияния новостей на поведение молодежи. Используя теории «культуры страха»

и «теории социального обучения», разработайте опрос, который поможет выяснить, как информация о преступлениях в новостях влияет на уровень страхов и восприятие безопасности молодежи в городе.

Кейс 4

Влияние социальных сетей

Задание:

Ваша задача — разработать стратегию для некоммерческой организации, которая хочет использовать социальные сети для повышения осведомленности о проблеме бездомности. Применяйте теории «фрейминга» и «агитационного контента», чтобы определить, какие сообщения и форматы будут наиболее эффективными для привлечения внимания целевой аудитории. Какие конкретные действия и сообщения вы бы рекомендовали использовать?

Кейс 5

Критический анализ рекламы

Задание:

Вы работаете в рекламном агентстве и должны оценить новую рекламную кампанию, основанную на теории «медийной экологии». Определите, как использование различных медиа-платформ влияет на восприятие рекламы и какие взаимодействия между медиа могут усилить или ослабить сообщение кампании. Какие рекомендации вы бы дали для улучшения кампании?

Кейс 6

Исследование культурной идентичности

Задание:

Вы исследователь, который изучает, как массовые коммуникации формируют культурную идентичность молодежи. Используя теорию «глобализации», проанализируйте, как иностранные медиапроекты (фильмы, сериалы, музыканты) влияют на восприятие собственной идентичности среди молодежи в вашей стране. Какие аспекты вы бы выделили и почему?

Кейс 7

Эффекты дезинформации

Задание:

Представьте, что вы работаете в аналитическом центре, отслеживающем распространение дезинформации в социальных сетях. Используя теории «гипотезы спирали ума» и «кликбейта», проанализируйте, как кликбейтные заголовки могут способствовать распространению дезинформации. Какие инструменты вы бы предложили для борьбы с этим явлением среди пользователей?

Кейс 8

Обработка больших данных

Задание:

Вы получили большой объем данных из различных источников, который нужно обработать и структурировать. Используйте инструменты для обработки больших данных, такие как Hadoop или Spark, чтобы очистить данные, преобразовать их в удобный формат и визуализировать результаты.

Кейс 9

Влияние рекламы на поведение

Задание:

Рекламная компания запускает серию видеороликов, основанных на эмоциональном взаимодействии с аудиторией и использует теорию «анализа эмоционального воздействия». Исследуйте, как эмоциональные элементы могут изменить восприятие продукта и уровень доверия у целевой аудитории. Какие подходы можно использовать для максимизации эффекта рекламы?

Кейс 10

Влияние дезинформации в социальных сетях

Задание:

Во время важного выборного процесса в стране в социальных сетях появляется множество фальшивых новостей и дезинформации относительно кандидатов и их платформ. Проанализируйте, как теория «гипотезы спирали молчания» может объяснить, почему люди, которые поддерживают менее популярные взгляды, могут не выражать свою позицию в обсуждениях. Как можно использовать эту теорию для разработки стратегии по повышению участия и поддержки меньшинств в обществе?

Научные статьи для конспектирования

1. Лоскутникова, В. М. Возможности и границы применения теории коммуникации в современных социальных исследованиях / В. М. Лоскутникова // Открытое и дистанционное образование. 2004. № 1(13). С. 55-58.
2. Лебедева, Н. А. К вопросу о применении теории научной коммуникации в современном образовательном процессе и обществе / Н. А. Лебедева // Пенитенциарная система и общество: опыт взаимодействия : Сборник материалов V Международной научно-практической конференции, Пермь, 04–06 апреля 2018 года. – Пермь: Пермский институт Федеральной службы исполнения наказаний, 2018. С. 257-259.

3. Асланян, О. В. Основные положения современной теории межкультурной коммуникации / О. В. Асланян, Ю. М. Марченко // Modern Science. 2022. № 1-2. С. 296-303.
4. Щетинина, Е. Д. Развитие теории и практики деловых коммуникаций в современных условиях / Е. Д. Щетинина, Н. В. Дубино // Белгородский экономический вестник. 2013. № 4(72). С. 35-38.
5. Родик, М. А. Развитие маркетинговых коммуникаций в теории и практики современного маркетинга / М. А. Родик // Сфера услуг: инновации и качество. 2016. № 22. С. 11.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Мандель, Б. Р. Современная речевая коммуникация: исторические связи, теория, практика : учебное пособие для обучающихся в системе среднего профессионального образования / Б. Р. Мандель. – Москва-Берлин : Директ-Медиа, 2019. 333 с. ISBN 978-5-4475-9952-2.

2. Аксенова, О. Н. Психология массовой коммуникации / О. Н. Аксенова, С. В. Меликян. – Воронеж : Воронежский государственный архитектурно-строительный университет, 2012. 90 с. EDN VSEFER.

3. Коломиец, В. П. Медиасоциология: теория и практика : Научная монография / В. П. Коломиец. – Москва : ООО «НИПКЦ Восход-А», 2014. 328 с. ISBN 978-5-93055-363-5.

4. Березин, Валерий Матвеевич. Массовая коммуникация: сущность, каналы, действия : монография / В. М. Березин. - Москва : РИП-холдинг, 2004. 173 с. (Практическая журналистика). ISBN 5-900045-41-2.

Киселев, Александр Георгиевич. Теория и практика массовой информации : общество - СМИ - власть : учебник для студентов вузов / А. Г. Киселев. Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2010. 431 с. ISBN 978-5-238-01742-6.

ОГЛАВЛЕНИЕ

Тематика лекционных и практических занятий.....	3
Примерная тематика рефератов.....	4
Образцы тестовых заданий	5
Задания для решения стандартных задач.....	6
Задания для решения прикладных задач.....	8
Вопросы для подготовки к зачету.....	9
Кейсы.....	10
Научные статьи для конспектирования.....	12
Библиографический список.....	14

**СОВРЕМЕННЫЕ ТЕОРИИ КОММУНИКАЦИИ
МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ**

к практическим занятиям для студентов магистратуры
направления подготовки 42.04.02 «Журналистика»
всех форм обучения

Составитель:

Скуридина Светлана Анатольевна

Издается в авторской редакции

Компьютерный набор С.А. Скуридиной

Подписано к изданию 11.10.2024.

Уч.-изд. л. 1,5.

ФГБОУ ВО «Воронежский государственный технический университет»
394006 Воронеж, ул. 20-летия Октября, 84