

Министерство образования и науки Российской Федерации
Южно-Уральский государственный университет
Кафедра «Маркетинговые коммуникации»

659(07)
С439

ОСНОВЫ ТЕОРИИ КОММУНИКАЦИИ

Методические указания по проведению практических занятий

Челябинск
Издательский центр ЮУрГУ
2015

УДК 659(07)
С439

*Одобрено
учебно-методической комиссией
Института экономики, торговли и технологий*

Рецензент Е.Ю. Трофименко, к.э.н., доцент

С439 Основы теории коммуникации: методические указания по проведению практических занятий / составитель Д.С. Скнарев. – Челябинск: Издательский центр ЮУрГУ, 2015. – 33 с.

Методические указания предназначены для студентов первого курса очной и заочной формы обучения направления подготовки «Реклама и связи с общественностью».

В работе содержатся рекомендации по организации практических занятий по данной дисциплине в рамках следующих тематических блоков: введение в теорию коммуникации; коммуникация как процесс: структура коммуникации; виды коммуникации и их специфика, коммуникации в различных сферах социальной жизни.

УДК 659(07)

ВВЕДЕНИЕ

Под коммуникацией в широком смысле понимаются и система, в которой осуществляется взаимодействие; и процесс взаимодействия; и способы общения, позволяющие создавать, передавать и принимать разнообразную информацию.

Следовательно, коммуникация – явление универсальное, содержание и формы которого изучаются с различных точек зрения: философской, социально-гуманитарной, лингвистической, экономической, естественно-научной и др.

Роль коммуникативных процессов особенно значима при разработке новых политических, социально-культурных, маркетинговых технологий, в основе которых – убеждение, диалогичность, опора на собственное решение. В этих условиях теория коммуникации позволяет решать многие актуальные проблемы современности. Например, формирует базовые принципы осуществления эффективного коммуникационного процесса между социальными группами, имеющими разный уровень информированности и присущие только им поведение и характерные особенности коммуникаций.

В связи с этим Э. Барнув, редактор Международной энциклопедии по коммуникации, отмечает: «...становится очевидным центральное положение коммуникации в человеческой истории, что и объясняет, почему такие различные дисциплины, как антропология, искусствоведение, педагогика, история, журналистика, право, лингвистика, философия, политические науки, психология и социология стремятся к объяснению процесса коммуникации, сотрудничают в создании новой дисциплины, которая именуется теорией коммуникации». По мнению А.В. Соколова, теория коммуникации обретает статус метатеории социальной коммуникации, или обобщающей теории по отношению к более частным, практическим коммуникационным дисциплинам – имиджелогии, PR и рекламе, коммуникационному менеджменту и др.

Курс **«Основы теории коммуникации»** является органичной частью подготовки бакалавров по направлению **«Реклама и связи с общественностью»** и входит в базовую часть дисциплин блока **«Коммуникалогия»** профессионального цикла и представляет собой интеграционное, междисциплинарное знание, поскольку коммуникационными процессами занимаются такие сферы познания, как: лингвистика, искусство, история, право, культурология, психология, религия, социология, риторика, семиотика.

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с основами теоретического исследования социальной коммуникации, современными практиками коммуникации и базовыми направлениями их изучения, прикладными аспектами теории коммуникации в рекламе и связях с общественностью.

Раздел 1. ВВЕДЕНИЕ В ТЕОРИЮ КОММУНИКАЦИИ

1.1. Предмет и базовые аспекты теории коммуникации

Цель занятия – рассмотреть основные подходы к определению коммуникации, выделить предмет и объект теории коммуникации.

Вопросы для обсуждения

1. Понятие коммуникации. Биологические, социальные, этнические, психологические факторы коммуникации.
2. Коммуникация, общение и речевая деятельность. Коммуникативное знание и его структура.
3. Предмет и объект теории коммуникации. Междисциплинарный характер теории коммуникации.
4. Законы, факторы и аспекты теории коммуникации.
5. Функции, единицы и категории коммуникации.
6. Методы теории коммуникации. Общенаучные принципы изучения социальной коммуникации: исторический, функциональный, системный и др. Частнонаучные методы исследования социальной коммуникации (контент-анализ и др.).

Литература для подготовки

1. Гнатюк, О.Л. Основы теории коммуникации: учебное пособие / О.Л. Гнатюк. – М.: Кнорус, 2012. – С. 7 – 40.
2. Коноваленко, М.Ю. Теория коммуникации: учебник для бакалавров / М.Ю. Коноваленко, В.А. Коноваленко. – М: Издательство Юрайт, 2012. – С. 8 – 22.
3. Нахимова, Е.А. Основы теории коммуникации: учебное пособие / Е.А. Нахимова, А.П. Чудинов. – М.: Флинта, Наука, 2013. – С. 6 – 15.
4. Недосека, О.Н. Основы теории коммуникаций: курс лекций / О.Н. Недосека. – М.: Гуманитар. изд. центр ВЛАДОС, 2010. – С. 7 – 15.
5. Основы теории коммуникаций / под ред. проф. М.А. Василика. – М.: Гардарики, 2006. – С. 9 – 43.

Практическая работа

Задание 1. В чем состоит различие понятий «общение», «коммуникация», «речевая деятельность»? Какие существуют подходы в объяснении данных терминов? Дайте определение названным явлениям, выделите их основные признаки. Выразите свой взгляд на природу анализируемых понятий, аргументируйте свою позицию.

Задание 2. Назовите основные составляющие социальной коммуникации. Выделите признаки рекламы и связей с общественностью, позволяющие считать их разновидностями социальной коммуникации.

Задание 3. В чем, на Ваш взгляд, заключается сущность рекламы и связей с общественностью? Выделите их особенности. В чем их сходство и различие?

Задание 4. Напишите эссе на тему «Реклама и (или) связи с общественностью. Какая из коммуникаций мне ближе?». Выразите свое отношение к выбранной профессии и понимание рассматриваемых явлений. При написании работы соблюдайте законы композиционного построения текста (вступление, основная часть, заключение). Подберите аргументы

Задание 5. Подготовьте сообщение по теме «Моя любимая реклама» («Мой любимый PR») на примере 1 текста (видеоролика, аудиоматериала и др.). Презентуйте материал. Что именно Вам запомнилось и понравилось в данном тексте? Расскажите о том, какова его целевая аудитория и основная идея, как она преподносится читателям (слушателям, зрителям).

Задание 6. Проверьте себя. Решите тест, выбрав правильные ответы.

1. Одно из значений коммуникации, при котором она рассматривается как способ связи любых объектов материального и духовного мира

А. универсальное Б. техническое В. биологическое Г. социальное

2. Специфическая форма взаимодействия людей по передаче информации от человека к человеку, осуществляющаяся при помощи языка и других знаковых систем

А. биокommunikация Б. социальная коммуникация В. этология Г. общение

3. Научная дисциплина, видящая в коммуникации одно из атрибутивных свойств материи, обусловленных материальным единством мира и, следовательно, взаимосвязью, взаимозависимостью явлений и процессов действительности

А. социология Б. биология В. политология Г. философия

4. Какая ключевая для теории коммуникации проблема была поставлена философией?

А. проблема смысла Б. проблема интерпретации В. проблема общения

5. Раздел научного знания, цикл научных дисциплин, изучающих процесс коммуникации во всем его многообразии:

А. коммуникативистика Б. основы теории коммуникации

В. общая теория коммуникации

6. Дисциплина, находящаяся на стыке многих наук и изучающая коммуникацию как передачу знаков или обмен знаками

А. лингвистика Б. социология В. семиотика Г. политология

7. Научное направление, изучающее политические процессы с точки зрения информационного обмена между субъектами политики

А. политико-информационное Б. коммуникативно-кибернетическое

В. политологическое Г. коммуникативно-политическое

8. Направление, изучающее поведение и коммуникацию животных, обусловленные биологическими факторами

А. биология Б. эмпатия В. семиотика Г. этология

9. Что полностью изменило характер социальной коммуникации, сделав возможным мгновенную передачу информации в большом объеме практически на неограниченное расстояние?

А. Отечественная война 1812 г. Б. развитие технических средств

В. изобретение письменности Г. институт глашатаев

10. Какой элемент не входит в структуру коммуникативного знания?
А. теория коммуникации **Б.** коммуникативистика **В.** теория биокоммуникации
Г. теория социальной коммуникации **Д.** частные теории коммуникации
11. Как иначе называется первый подход к определению предмета теории коммуникации как совокупности коммуникативных объектов и процессов и соответствующем комплексе знаний, отражает ситуацию, когда нет одной теории коммуникации, но есть много теорий коммуникации?
А. суммативный **Б.** синтезирующий **В.** широкий **Г.** узкий
12. Теоретический синтез не только социально-коммуникационных, но и естественно-научных и научно-технических знаний, элемент коммуникативного знания, претендующий на статус метатеории, соответствующей предельному (философскому) уровню обобщения – это
А. частные теории социальной коммуникации **Б.** коммуникативистика
В. общая теория биокоммуникации **Г.** общая теория социальной коммуникации **Д.** общая теория коммуникации
13. Необходимые, существенные, устойчивые, повторяющиеся связи и отношения явлений, благодаря которым ученые имеют возможность объяснять многообразные факты и явления реального мира, предсказывать новые события – это
А. функции **Б.** методы **В.** законы **Г.** объекты
14. Законы коммуникации, отражающие жестко детерминированную связь явлений
А. динамические **Б.** статистические **В.** общие **Г.** частные
15. Типичный способ реализации коммуникативного общения – это
А. монолог **Б.** диалог **В.** групповая коммуникация **Г.** массовая коммуникация
16. Сведения, передаваемые людьми друг другу устным, письменным или другим способом – это
А. коммуникация **Б.** общение **В.** информация **Г.** знаки
17. Система многообразных коммуникативных связей, возникающих между различными агентами коммуникации
А. коммуникативное время **Б.** общение **В.** коммуникативное пространство **Г.** социальная коммуникация
18. Основные параметры социального коммуникативного пространства
А. плотность **Б.** время **В.** длина **Г.** протяженность **Д.** высота
19. Особая разновидность социальной коммуникации, процесс обмена информацией, представляющий собой специфически человеческую деятельность, направленную на установление и поддержание взаимосвязи и взаимодействия между людьми, и осуществляющийся прежде всего вербально, с помощью языка (речи или текста)
А. беседа **Б.** диалог **В.** общение **Г.** коммуникация
20. Длительность и последовательность самих коммуникативных актов
А. коммуникативное пространство **Б.** социальная коммуникация
В. информация **Г.** коммуникативное время

1.2. Становление и развитие теории коммуникации

Цель занятия – рассмотреть аспекты возникновения коммуникативных теорий, проанализировать специфику средств коммуникации на разных этапах общественного развития.

Вопросы для обсуждения

1. Язык, речь и коммуникация. Основные теории происхождения языка и коммуникации (теория социального договора, звукоподражательная, трудовая, божественная и др. теории).
2. Коммуникация в первобытном обществе. Проблема коммуникации в античной культуре.
3. Развитие коммуникации в средние века, эпоху Возрождения и Новое время. Проблемы коммуникации в социальной философии и в немецкой классической философии на рубеже XVIII — XIX вв.
4. Изучение коммуникации в XIX в. (теории И.Г. Фихте, Новалиса, Ф. Шлейермахера, Ф. Ницше и др.). Основные направления XX в., в рамках которых ставились и решались проблемы коммуникации (экзистенциализм, персонализм, диалогическая философия, герменевтика, неопозитивизм, логический позитивизм и др.).
5. Современные концепции коммуникации. Понятие о маркетинговых коммуникациях. Реклама и связи с общественностью как коммуникации.

Литература для подготовки

1. Викулова, Л.Г. Основы теории коммуникации: практикум / Л.Г. Викулова, А.И. Шарунов. – М.: АСТ: АСТ Москва: Восток – Запад, 2008. – С. 26 – 41.
2. Гнатюк, О.Л. Основы теории коммуникации: учебное пособие / О.Л. Гнатюк. – М.: Кнорус, 2012. – С. 41 – 60.
3. Коноваленко, М.Ю. Теория коммуникации: учебник для бакалавров / М.Ю. Коноваленко, В.А. Коноваленко. – М: Издательство Юрайт, 2012. – С. 9 – 12.
4. Нахимова, Е.А. Основы теории коммуникации: учебное пособие / Е.А. Нахимова, А.П. Чудинов. – М.: Флинта, Наука, 2013. – С. 16 – 30.
5. Основы теории коммуникаций / под ред. проф. М.А. Василика. – М.: Гардарики, 2006. – С. 63 – 124.
6. Шарков, Ф.И. Коммуникалогия: основы теории коммуникации / Ф.И. Шарков. – М.: ИТК «Дашков и К°», 2013. – С. 6 – 23.

Практическая работа

Задание 1. Подготовьте сообщение по одной из предложенных тем. Сопроводите свое выступление презентацией.

Темы для сообщений

1. Развитие коммуникации в первобытном обществе (жесты, звуки, рисунки и др.).

2. Письменность как средство коммуникации. Первые алфавиты. История русской азбуки.

3. Проблемы коммуникации в античности (древнем мире: Греция, Рим, Египет и др.).

4. Религия как средство коммуникации: особенности развития и становления. Христианство (ислам, буддизм) как форма религиозной коммуникации. Роль современных религиозных течений в построении взаимоотношений с потребителем.

5. Развитие коммуникации в средние века и эпоху Возрождения.

6. Печатная коммуникация. Книгопечатание. Газеты и журналы, книги как средство коммуникации.

7. Фотография как развивающаяся коммуникация.

8. Развитие и становление коммуникации в 19 веке.

9. Кино как средство коммуникации.

10. Театр как средство коммуникации.

11. Современные концепции коммуникации (СМИ, реклама, PR, Интернет и др. как формы коммуникации). Перспективы их развития.

Задание 2. Какая из гипотез происхождения языка и коммуникации кажется Вам наиболее правдоподобной? Обоснуйте свой ответ. Приведите аргументы в пользу различных подходов к данной проблеме теории коммуникации. В чем Вы видите их недостатки?

Задание 3. Российские туристы, не владеющие иностранным языком, побывали сначала в Праге, а потом в Кишиневе. В каком из этих городов путешественники имели меньше проблем в общении с местными жителями? Чем можно объяснить различия, возникшие в построении данных коммуникаций?

Задание 4. Обдумайте метафору У.Эко «Коммуникация – это танец». Что общего можно обнаружить у танца и беседы (рекламы, связей с общественностью) как формы коммуникации? По мысли У. Матарана, создатель рекламы и ее адресат – это партнеры в танце. Согласны ли Вы с данным утверждением и в какой мере? Одинаковы ли роли этих партнеров?

Задание 5. Р. Барт считал, что при коммуникации невозможно передать кому-то свои чувства, поскольку чувства участников коммуникационного процесса (говорящего и его собеседника) не всегда совпадают. Аргументируйте свою позицию по данному вопросу.

Р. Барт утверждал, что при коммуникации адресат не столько воспринимает чужие мысли, сколько мыслит под воздействием новой информации. При этом идеи, появляющиеся у адресата, не всегда совпадают с тем, что ему хотел внушить адресант. Согласны ли Вы с этим положением? Что труднее передать, на Ваш взгляд, мысли или чувства?

Задание 6. Р. Якобсон отмечал, что важнее не что сказано, а **как** сказано, **почему** сказано, **зачем** сказано, в **какой** ситуации сказано. Насколько актуально мнение исследователя для организации эффективной коммуникации в рекламе и связях с общественностью?

Раздел 2. КОММУНИКАЦИЯ КАК ПРОЦЕСС. СТРУКТУРА КОММУНИКАЦИИ

2.1. Коммуникационный процесс. Модели и структурные компоненты коммуникации

Цель занятия – изучить специфику организации коммуникационного процесса, проанализировать его основные элементы, рассмотреть основные коммуникационные модели.

Вопросы для обсуждения

1. Понятие о коммуникационном процессе. Основные классификации коммуникаций (по масштабности и массовости вовлекаемых в участие лиц, по способу установления и поддержания контакта, по инициативности коммуникаторов, по направленности информационного потока, по степени организованности, по используемым знаковым системам и др.). Дискурс и коммуникация. Виды дискурсов.

2. Структурные модели коммуникации: модели Аристотеля, Лассуэлла, Шеннона-Уивера (Шеннона-Вевера), У. Шрама, Ю. Воронцова и др. Двухканальная модель речевой коммуникации. Модель двуступенчатой коммуникации. Модель «ИСКП» (SMCR, Стэнфордская модель коммуникации).

3. Нелинейные (модели Т. Неткомба, Весли – Мак Лина и др.), циркуляционные (Г. Малецке, Э. Андерс и др.), объемные (С. Бейкер, Ф. Дэнс) модели коммуникации. Другие модели коммуникации (К. Барнлунд, Дж. Гербнер).

4. Элементы коммуникационного процесса: источник (отправитель) сообщения, кодирование и декодирование, сообщение, канал коммуникации, посредник, получатель (аудитория), обратная связь, фильтры, коммуникативные барьеры (помехи).

5. Понятие знака и кода. Модели функционирования знаков. Концепция де Соссюра. Модели знака Фреге и Огдена – Ричардса. Прагматическая модель Пирса. Типологии знака и кода. Свойства и характеристики знаков и знаковых систем.

Литература для подготовки

1. Викулова, Л.Г. Основы теории коммуникации: практикум / Л.Г. Викулова, А.И. Шарунов. – М.: АСТ: АСТ Москва: Восток – Запад, 2008. – С. 66 – 84, 165 – 182.

2. Гнатюк, О.Л. Основы теории коммуникации: учебное пособие / О.Л. Гнатюк. – М.: Кнорус, 2012. – С. 106 – 133.

3. Коноваленко, В.А. Реклама и связи с общественностью: введение в специальность: учебник для бакалавров / В.А. Коноваленко, М.Ю. Коноваленко, Н.Г. Швед. – М.: Изд-во Юрайт, 2014. – С. 233 – 243, 289 – 309.

4. Коноваленко, М.Ю. Теория коммуникации: учебник для бакалавров / М.Ю. Коноваленко, В.А. Коноваленко. – М: Издательство Юрайт, 2012. – С. 23 – 111.
5. Недосека, О.Н. Основы теории коммуникаций: курс лекций / О.Н. Недосека. – М.: Гуманитар. изд. центр ВЛАДОС, 2010. – С. 16 – 26.
6. Основы теории коммуникаций / под ред. проф. М.А. Василика. – М.: Гардарики, 2006. – С. 126 – 162.
7. Скнарев, Д.С. Языковые средства создания образа в рекламном дискурсе: маркетинговый аспект: монография / Д.С. Скнарев. – Челябинск: Изд. центр ЮУрГУ, 2014. – С. 5 – 15, 36 – 40, 45 – 69.
8. Шарков, Ф.И. Коммуникалогия: основы теории коммуникации / Ф.И. Шарков. – М.: ИТК «Дашков и К°», 2013. – С. 28 – 35, 43 – 62.

Практическая работа

Задание 1. Что представляет собой коммуникационный процесс? Каковы критерии эффективности данного явления? Охарактеризуйте основные модели коммуникации.

Задание 2. Что такое «кодирование» и «декодирование» информации? Каково значение обратной связи в коммуникационном процессе? Насколько важны данные элементы в коммуникациях рекламы и связей с общественностью?

Задание 3. В чем заключается различие понятий «знак», «знаковая система» и «символ»? Какие типы знаков и знаковых систем Вам известны? Назовите компоненты значения знаков. Каковы семиотические особенности различных знаковых систем?

Задание 4. Рассмотрите схему первичного анализа процесса коммуникации, предложенную на основе модели Г. Ласуэлла, и вопросы, сформулированные к ней (см. рис. 1). Проанализируйте по данному плану коммуникационный процесс по выбору.

Who	says what	to whom	in which channel	with what effect?
1	2	3	4	5

Рис. 1. Схема первичного анализа коммуникативного процесса (события коммуникации)

1. Кто является отправителем/источником сообщения (индивид или организация)?
2. Что является содержанием сообщения (письменного или печатного текста, устной речи, мимики, жестов и пантомимики, позы и пространственного расположения, изображения, фильма, ролика, видеоряда, логотипа, символики и т.п.) и в какой форме или разновидности осуществляется коммуникация?
3. Кому направлено сообщение, кто является адресатом (индивид,

организация, «народ» и т.п.) и каков тип коммуникации (интраперсональная, межличностная, групповая, внутриорганизационная, массовая, межкультурная)?

4. По какому каналу передается и принимается сообщение (визуальный, слуховой, кинестетический, тактильный)?

5. Каковы цели и функции коммуникации в данном случае (выражение, обращение, сообщение, поэтическая, фатическая, метакоммуникационная)? Чьи и какие потребности она обслуживает?

Задание 5. Рассмотрите таблицу 1 «Анализ коммуникативного процесса». Обратите внимание на основные составляющие рассматриваемого явления и проанализируйте по Вашему выбору 1 рекламное (PR) сообщение.

Таблица 1

Анализ коммуникативного процесса

Источник	Сообщение и форма	Адресат и тип	Канал	Цели и функции
кто?	кто сообщает?	кому?	каким способом?	зачем?

Задание 6. Рассмотрите организацию коммуникационного процесса в различных ситуациях (определите основные элементы коммуникационного процесса (во фрагменте текста), поясните их, укажите возможные барьеры коммуникации). Определите роли главных персонажей, стиль их речевого поведения. Как отражена специфика письменноречевой коммуникации с учетом статуса и возраста адресанта, адресата, адресата-ретранслятора. Каковы типы адресации?

А) В трубке раздается музыка. Я слушаю её более двух минут, после чего музыка исчезает, а в трубке снова возникает голос девушки с коммутатора.

– *Алло! Кто это?* – спрашивает она.

Я жду, когда меня соединят с господином Коровиным.

– *Так говорите...*

– *Девушка, соедините меня с господином Коровиным.*

– *А кто его спрашивает?*

– *Коммерческий директор кондитерской фабрики.*

Я начинаю терять терпение, но девушка на том конце провода неумолима:

– *По какому вопросу?*

– *Девушка, я Вам уже все объяснила несколько минут назад. У нас с господином Коровиным на сегодня назначена встреча, я звоню, чтобы подтвердить её...*

– *С кем, с кем? С Коровиным?*

– *Да.*

– *Дак он же в Австрию улетел. Будет через три дня.*

– *А с кем я ещё могу поговорить?*

– *А ни с кем. Вы с Коровиным договаривались, с ним и говорите.*

И она вешает трубку...

Б) Когда мы переходили в гостиную, я задержался на минуту в кабинете и, сделав рукой знак Серафиме Петровне, остался с ней наедине.

– *Вы сегодня были на катке?* – спросил я равнодушно.

– *Да. С Шемшуриной.*

– *А я вас в театре сегодня видел. С Таней Черножуковой.*

Она вспыхнула.

– *Не может быть. Что же, я лгу, что ли?*

– *Конечно, лжете. Я вас прекрасно видел.*

– *Вы приняли за меня кого-нибудь другого...*

– *Нет. Вы лжете неумело, впутываете массу лиц, попадаетесь и опять нагромождаете одну ложь на другую... Для чего вы солгали мужу о катке?*

Ее нога застучала по ковру.

– *Он не любит, когда я встречаюсь с Таней.*

– *А я сейчас пойду и скажу всем, что видел вас с Таней в театре.*

Она схватила меня за руку, испуганная, с трясущимися губами.

– *Вы этого не сделаете?*

– *Отчего же не сделать?... Сделаю!*

– *Ну, милый, ну, хороший... Вы не скажете... да? Ведь не скажете?*

– *Скажу.*

Она вскинула свои руки мне на плечи, крепко поцеловала меня и, прижимаясь, прерывисто шептала: – *А теперь не скажете? Нет?*

После чтения драмы – ужинали. Серафима Петровна все время упорно избегала моего взгляда и держалась около мужа.

В) Так бы и жил, забот не зная, но появилась девица и навела тень на плетень. Внешности неказистой – ни дать, ни взять замухрышка. И ведь не семи пядей во лбу, и фигура – зацепиться не за что... но хитра! На брачных аферах собаку съела.

Прознав про Сереженькину тягу к знаниям, она как следует подготовилась и, недолго думая, решила не переливать из пустого в порожнее и отправилась прямоком к нету. Начала втирать ему очки, мол, без математики жить не могу, без тебя тоже, в облаках витаю. Но на самом то деле Серега ей был – ни Богу свечка, ни черту кочерга, да и на математику ей было наплевать с высокой колокольни, на богатстве руки ей погреть захотелось.

Но и Серега был не лыком шит, потупил взор очей своих и спрашивает: *«Какими методами Вы умеете решать транспортную задачу?»*. Вот тут-то она и поняла, что дамоклов меч повис над ее головой, так как знала-то она только бюджетно-фискальную политику государства, да и модель AD-AS. Поняла она также, что села в большую лужу и что остановилось колесо фортуны, и что Сережа видел ее насквозь.

«Драконовы законы у вас в доме, Сергей», – проговорила она, – *«Да и вообще, не одного поля ягоды мы с тобой»*.

Поняв, что не удалось ей выбраться из щекотливого положения, принялась улепетывать так, что пятки засверкали. Не удалось ей обвести его вокруг пальца. Камня на камне не оставил Сережа от хитрюги.

Раздел 3. ВИДЫ КОММУНИКАЦИИ И ИХ СПЕЦИФИКА

3.1. Вербальная и невербальная коммуникации

Цель занятия – рассмотреть особенности осуществления вербальной и невербальной коммуникаций, получить представление о коммуникативных единицах, средствах и формах коммуникации, разграничить понятия «язык» и «речь».

Вопросы для обсуждения

1. Пара- и экстралингвистические компоненты невербальной коммуникации. Невербальные средства коммуникации. Типология коммуникационных единиц невербальной коммуникации.
2. Понятие о вербальной коммуникации. Речевое общение как способ коммуникации. Язык и речь. Коммуникативные функции языка. Возможности вербального воздействия на аудиторию.
3. Модель передачи информации с точки зрения вербальной коммуникации. Семиотические характеристики слова как основной единицы языка. Высказывание и дискурс как элементы вербальной коммуникации.
4. Формы речевой коммуникации: диалог, монолог, спор, полемика, дискуссия. Устноречевая коммуникация, ее виды: говорение, слушание. Письменноречевая коммуникация, ее функции, типы письменных высказываний (план текста, изложение, конспект, реферат, аннотация, сочинение, письмо и др.). Чтение как вид речевой деятельности. Речевое воздействие письменной коммуникации.

Литература для подготовки

1. Викулова, Л.Г. Основы теории коммуникации: практикум / Л.Г. Викулова, А.И. Шарунов. – М.: АСТ: АСТ Москва: Восток – Запад, 2008. – С. 85 – 116.
2. Гнатюк, О.Л. Основы теории коммуникации: учебное пособие / О.Л. Гнатюк. – М.: Кнорус, 2012. – С. 66 – 76.
3. Коноваленко, В.А. Реклама и связи с общественностью: введение в специальность: учебник для бакалавров / В.А. Коноваленко, М.Ю. Коноваленко, Н.Г. Швед. – М.: Изд-во Юрайт, 2014. – С. 313 – 348.
4. Коноваленко, М.Ю. Теория коммуникации: учебник для бакалавров / М.Ю. Коноваленко, В.А. Коноваленко. – М.: Издательство Юрайт, 2012. – С. 112 – 283.
5. Недосека, О.Н. Основы теории коммуникаций: курс лекций / О.Н. Недосека. – М.: Гуманитар. изд. центр ВЛАДОС, 2010. – С. 36 – 60.
6. Основы теории коммуникаций / под ред. проф. М.А. Василика. – М.: Гардарики, 2006. – С. 165 – 333.
7. Скарнев, Д.С. Языковые средства создания образа в рекламном дискурсе: маркетинговый аспект: монография / Д.С. Скарнев. – Челябинск: Изд. центр ЮУрГУ, 2014. – С. 55 – 67.

Практическая работа

Задание 1. Рассмотрите основные средства невербальной коммуникации и их особенности. Каковы их функции? Подготовьте небольшое сообщение (мини-доклад на 3-5 минут), посвященное специфике одного из средств невербальной коммуникации.

Темы для выступлений

1. Мимика и взгляд как коммуникации. Контакт глаз.
2. Жесты как средство коммуникации. Такесика (жесты-прикосновения).
3. Касание (хаптика) как коммуникация
4. Организация пространства (проксемика) и времени (хрономика) коммуникационного процесса.
5. Поза как средство коммуникации. Походка как коммуникация (кинесика).
6. Вокалика (голос) как средство коммуникации. Темп речи, высота голоса, паузы, интонация, вздохи, стоны, покашливания, смех.
7. Физические характеристики тела как средство коммуникации.
8. Артефакты как средства коммуникации: а) одежда, б) украшения; в) обувь; г) прическа; д) наручные часы (мужские и женские); е) личный автомобиль.
9. Ольфактика (запах) как средство коммуникации.
10. Эстетика (музыка, цвет) как средство коммуникации.
11. Подарок как средство коммуникации.

Задание 2. Рассмотрите соотношение вербальной и невербальной коммуникации на рис. 2 «Структура коммуникации», определите уровни их взаимодействия: просодический, лексико-семантический, стилистический, синтаксический.

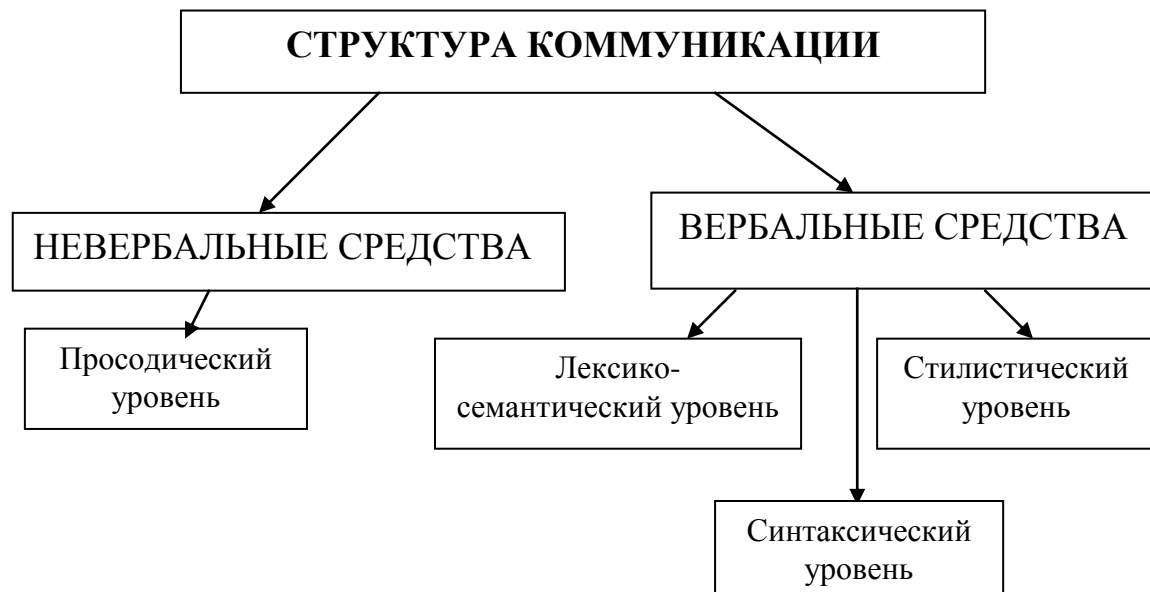


Рис. 2. Структура коммуникации

Задание 3. Вербальная коммуникация находит свое отражение в идиоматике русского языка (фразеологизмы, пословицы и поговорки), где представлены единицы, содержащие информацию о самом процессе коммуникации, о речевых жанрах, о возможном результате речевого взаимодействия и воздействия. Проанализируйте следующие пословицы, поговорки и фразеологизмы и определите, какие из них:

- отражают действенность слова на судьбу человека;
- отражают отрицательную оценку пустой болтовни;
- отражают необратимость речевой коммуникации;
- обращают внимание на технику речи;
- отдают предпочтение конфликтному или кооперативному общению.

Мал язык, да всем телом владеет. Язык до Киева доведет. От приветливых слов язык не отсохнет. Сколько ни говорить, с разговором сытым не быть. Переливать из пустого в порожнее, толочь воду в ступе, разводить тары-бары, разводить антимонии. Бабий язык – чертово помело. Держи язык за зубами. Слово не воробей: вылетит – не поймаешь. Сначала подумай, потом говори. Молчание – золото. Язык мой – враг мой. Пищит, как цыпленок. Каркает, как ворона. Пташкой щебечет. Как кошка с собакой. Языком, что помелом. Сядем рядком, поговорим ладком. Доброе слово и кошке приятно. Задать жару, снять стружку, дать прикурить, задать перцу, намылить шею, накрутить хвост, разделать под орех, задать трепку. Из песни слова не выкинешь.

Задание 4. Проанализируйте любой письменный рекламно-информационный текст (объявление, плакат, листовку, буклет, каталог, проспект и т. д.), распространенный в профессионально-деловом общении, по следующим параметрам:

- учет потребностей целевой аудитории;
- аргументы в пользу предмета рекламы;
- новизна привлекаемой информации;
- экономия языковых средств (максимум информации, минимум слов);
- современный дизайн.

3.2. Межличностная и групповая коммуникации

Цель занятия – рассмотреть специфику межличностной и групповой коммуникаций, определить понятия: «коммуникативная личность», «малая группа», «социальная ситуация», «межличностное взаимодействие».

Вопросы для обсуждения

1. Коммуникативная личность, типы коммуникативной личности. Соотношение социальной и коммуникативной характеристик личности.
2. Понятие межличностной коммуникации. Аксиомы межличностной коммуникации. Понятие социальной ситуации и ее структура.

3. Особенности и эффекты межличностного восприятия. Стратегии межличностного взаимодействия. Способы воздействия в межличностной коммуникации.

4. Групповая коммуникация. Малая группа: понятие, отличительные черты. Разновидности малых групп.

5. Функции групповой коммуникации. Коммуникативная структура малой группы. Формирование групповой сплоченности и коммуникация в малой группе.

Литература для подготовки

1. Гнатюк, О.Л. Основы теории коммуникации: учебное пособие / О.Л. Гнатюк. – М.: Кнорус, 2012. – С. 134 – 159.

2. Коноваленко, М.Ю. Теория коммуникации: учебник для бакалавров / М.Ю. Коноваленко, В.А. Коноваленко. – М: Издательство Юрайт, 2012. – С. 284 – 369.

3. Нахимова, Е.А. Основы теории коммуникации: учебное пособие / Е.А. Нахимова, А.П. Чудинов. – М.: Флинта, Наука, 2013. – С. 37 – 66.

4. Недосека, О.Н. Основы теории коммуникаций: курс лекций / О.Н. Недосека. – М.: Гуманитар. изд. центр ВЛАДОС, 2010. – С. 27 – 42.

5. Основы теории коммуникаций / под ред. проф. М.А. Василика. – М.: Гардарики, 2006. – С. 337 – 430.

Практическая работа

Задание 1. Чем отличаются понятия «межличностное взаимодействие» и «межличностная коммуникация»? Раскройте сущность межличностной коммуникации и определите ее функции. Каковы особенности межличностной коммуникации и при каких условиях она может быть эффективной?

Задание 2. Ритуалы играют большую роль в межличностном взаимодействии как способ обозначения границ взаимодействия, как форма поддержки или взаимного приятия, а также как форма защитного поведения. Приведите примеры, показывающие различия между религиозным и межличностным ритуалом.

Задание 3. Стратегическая самопрезентация является специфическим средством воздействия на людей. Покажите это на примере известных политических деятелей или представителей сферы шоу-бизнеса, выступающих в роли посредников в коммуникациях бренда с потребителями (поведенческие тактики, речевые стратегии).

Задание 4. Прочтите рассказ А.П. Чехова «Толстый и тонкий». Проанализируйте взаимодействие между героями с точки зрения уровней межличностного взаимодействия, используемых вербальных и невербальных средств оформления занятой героями позиции. Соблюдают ли персонажи определенные ритуалы?

На вокзале Николаевской железной дороги встретились два приятеля: один толстый, другой тонкий. Толстый только что пообедал на вокзале, и губы его, подернутые маслом, лоснились, как спелые вишни. Пахло от него

хересом и флердоранжем. Тонкий же только что вышел из вагона и был навьючен чемоданами, узлами и картонками. Пахло от него ветчиной и кофейной гущей. Из-за его спины выглядывала худенькая женщина с длинным подбородком – его жена, и высокий гимназист с прищуренным глазом – его сын.

– Порфирий! – воскликнул толстый, увидев тонкого. – Ты ли это? Голубчик мой! Сколько зим, сколько лет!

– Батюшки! – изумился тонкий. – Миша! Друг детства! Откуда ты взялся?

Приятеля троекратно облобызались и устремили друг на друга глаза, полные слез. Оба были приятно ошеломлены.

– Милый мой! – начал тонкий после лобызания. – Вот не ожидал! Вот сюрприз! Ну, да погляди же на меня хорошенько! Такой же красавец, как и был! Такой же душонок и щеголь! Ах ты, господи! Ну, что же ты? Богат? Женат? Я уже женат, как видишь... Это вот моя жена, Луиза, урожденная Ванценбах... лютеранка... А это сын мой, Нафанаил, ученик третьего класса. Это, Нафана, друг моего детства! В гимназии вместе учились!

Нафанаил немного подумал и снял шапку.

– В гимназии вместе учились! – продолжал тонкий. – Помнишь, как тебя дразнили? Тебя дразнили Геростратом за то, что ты казенную книжку папироской прожег, а меня Эфиальтом за то, что я ябедничать любил. Хо-хо... Детьми были. Не бойся, Нафана! Подойди к нему поближе... А это моя жена, урожденная Ванценбах... лютеранка.

Нафанаил немного подумал и спрятался за спину отца.

– Ну, как живешь, друг? – спросил толстый, восторженно глядя на друга. – Служишь где? Дослужился?

– Служу, милый мой! Коллажским ассессором уже второй год и Станислава имею. Жалованье плохое... ну, да бог с ним! Жена уроки музыки дает, я портсигары приватно из дерева делаю. Отличные портсигары! По рублю за штуку продаю. Если кто берет десять штук и более, тому, понимаешь, уступка. Пробавляемся кое-как. Служил, знаешь, в департаменте, а теперь сюда переведен столоначальником по тому же ведомству... Здесь буду служить. Ну, а ты как? Небось уже статский? А?

– Нет, милый мой, поднимай повыше, – сказал толстый.

– Я уже до тайного дослужился... Две звезды имею.

Тонкий вдруг побледнел, окаменел, но скоро лицо его искривилось во все стороны широчайшей улыбкой; казалось, что от лица и глаз его посыпались искры. Сам он съежился, сгорбился, сузился... Его чемоданы, узлы и картинки съежились, поморщились... Длинный подбородок жены стал еще длиннее; Нафанаил вытянулся во фрунт и застегнул все пуговицы своего мундира...

– Я, ваше превосходительство... Очень приятно-с! Друг, можно сказать, детства и вдруг вышли в такие вельможи-с! Хи-хи-с.

– Ну, полно! – поморщился толстый. – Для чего этот тон? Мы с тобой друзья детства – и к чему тут это чинопочитание!

– Помилуйте... Что вы-с .. – захихикал тонкий, еще более съеживаясь. –

Милостивое внимание вашего превосходства .. вроде как бы живительной влаги... Это вот, ваше превосходительство, сын мой Нафанаил... жена Луиза, лютеранка, некоторым образом...

Толстый хотел было возразить что-то, но на лице у тонкого было написано столько благоговения, сладости и почтительной кислоты, что тайного советника стошнило. Он отвернулся от тонкого и пожал ему на прощанье руку.

Тонкий пожал три пальца, поклонился всем туловищем и захихикал, как китаец: – Хи-хи-хи. Жена улыбнулась. Нафанаил шаркнул ногой и уронил фуражку. Все трое были приятно ошеломлены.

Задание 5. В чем состоит специфика коммуникации в группе? Назовите основные характеристики группы. Каковы правила поведения в группе?

Задание 6. Дайте характеристику основных типов групп. К какому типу относится группа, в которой вы обучаетесь?

Задание 7. По мнению американского психолога Б. Такмана (B. W. Tuckman), коммуникативные процессы в становлении группы проходят ряд стадий. Стадию формирования группы (выделение лидера, правила общения), стадию протеста (конфликт индивидов, неприятие лидера и его установок), стадию установления норм (взаимная притирка членов группы), стадию сотрудничества (преодоление межличностных трений, решение общих задач). Покажите, какие процессы имели место при становлении вашей студенческой группы. Какая стадия является, на ваш взгляд, наиболее трудной и почему? На какой стадии находится коммуникативный процесс в вашей группе?

3.3. Массовая коммуникация

Цель занятия – дать понятие о массовой коммуникации, ее особенностях, структуре, рассмотреть специфику ее реализации и основные виды.

Вопросы для обсуждения

1. Понятие, сущность, структура и функции массовой коммуникации. Особенности структурных элементов массовой коммуникации.
2. Теории массовой коммуникации в отечественных и зарубежных исследованиях. Средства массовой коммуникации: понятие, характеристики.
3. Факторы, способствующие воздействию массовой коммуникации и ее эффективности. Роль установки и стереотипа в процессе массовой коммуникации. Целевые аудитории массовых коммуникаций.
4. Основные виды массовых коммуникаций: реклама, связи с общественностью, политическая коммуникация, журналистика и др.
5. Массовая коммуникация как бизнес. Психология слухов и сплетен.
6. Эффективность массовой коммуникации и ее критерии.

Литература для подготовки

1. Гнатюк, О.Л. Основы теории коммуникации: учебное пособие / О.Л. Гнатюк. – М.: Кнорус, 2012. – С. 161 – 191.
2. Коноваленко, В.А. Реклама и связи с общественностью: введение в специальность: учебник для бакалавров / В.А. Коноваленко, М.Ю. Коноваленко, Н.Г. Швед. – М.: Изд-во Юрайт, 2014. – С. 349 – 377.
3. Коноваленко, М.Ю. Теория коммуникации: учебник для бакалавров / М.Ю. Коноваленко, В.А. Коноваленко. – М.: Издательство Юрайт, 2012. – С. 370 – 397.
4. Нахимова, Е.А. Основы теории коммуникации: учебное пособие / Е.А. Нахимова, А.П. Чудинов. – М.: Флинта, Наука, 2013. – С. 66 – 75.
5. Недосека, О.Н. Основы теории коммуникаций: курс лекций / О.Н. Недосека. – М.: Гуманитар. изд. центр ВЛАДОС, 2010. – С. 83 – 89.
6. Основы теории коммуникаций / под ред. проф. М.А. Василика. – М.: Гардарики, 2006. – С. 432 – 476.
7. Шарков, Ф.И. Коммуникалогия: основы теории коммуникации: учебник для бакалавров / Ф.И. Шарков. – М.: ИТК «Дашков и К^о», 2013. – С. 38 – 41, 66 – 68, 74 – 87.

Практическая работа

Задание 1. Дайте определения понятий: «массовая коммуникация», «массовая информация», «средства массовой коммуникации». Назовите основные теоретические направления изучения массовой коммуникации.

Задание 2. Какие существуют основные условия функционирования процесса создания и преобразования массовой информации? Какова роль коммуникаторов в создании массовой информации? Определите механизм превращения социальной информации в массовую информацию.

Задание 3. Охарактеризуйте структуру современной системы средств массовой информации. Выделите основные типы реакций аудитории на потребление массовой информации.

Задание 4. Раскройте основные компоненты массовой коммуникации (источник, сообщение, СМИ, аудитория, эффекты и эффективность), определите их место и роль в системе коммуникаций.

Задание 5. Перечислите современные медиатехнологии привлечения и удержания внимания аудитории в процессе массовой коммуникации, охарактеризуйте их. Подумайте, как завоевать и сохранить внимание аудитории при огромных возможностях её доступа к различным источникам информации?

Задание 6. Представьте развернутые планы ответов по следующим тематикам: М. Маклюэн о массовой коммуникации; Г. Лассуэлл о структуре и функциях коммуникации в обществе; Р. Мертон и П. Лазарсфельд о социальной роли массовой коммуникации её влиянии на массовые вкусы.

Раздел 4. СПЕЦИФИКА КОММУНИКАЦИЙ В РАЗЛИЧНЫХ СФЕРАХ СОЦИАЛЬНОЙ ЖИЗНИ

4.1. Понятие о маркетинговых коммуникациях и их разновидностях

Цель занятия – получить представление о маркетинговых коммуникациях, рассмотреть их природовидовую распределенность.

Вопросы для обсуждения

1. Маркетинговые коммуникации: понятие, сущность, классификации. Система маркетинговых коммуникаций и ее особенности.
2. Основные средства системы маркетинговых коммуникаций: реклама, связи с общественностью, личные продажи, стимулирование сбыта, прямой маркетинг.
3. Синтетические средства системы маркетинговых коммуникаций: брендинг, нейминг, копирайтинг, выставочно-ярмарочная деятельность, спонсорство, мерчандайзинг, интегрированные маркетинговые коммуникации и др.
4. Реклама как маркетинговая коммуникация, ее особенности. Схема рекламной коммуникации.
5. PR-коммуникации и их специфика: организация работы со СМИ, основные тенденции развития, управление имиджем и репутацией, классификация видов PR.

Литература для подготовки

1. Гнатюк, О.Л. Основы теории коммуникации: учебное пособие / О.Л. Гнатюк. – М.: Кнорус, 2012. – С. 91 – 98.
2. Коноваленко, В.А. Реклама и связи с общественностью: введение в специальность: учебник для бакалавров / В.А. Коноваленко, М.Ю. Коноваленко, Н.Г. Швед. – М.: Изд-во Юрайт, 2014. – С. 117 – 166, 168 – 182.
3. Нахимова, Е.А. Основы теории коммуникации: учебное пособие / Е.А. Нахимова, А.П. Чудинов. – М.: Флинта, Наука, 2013. – С. 103 – 119.
4. Недосека, О.Н. Основы теории коммуникаций: курс лекций / О.Н. Недосека. – М.: Гуманитар. изд. центр ВЛАДОС, 2010. – С. 62 – 64.
5. Основы теории коммуникаций / под ред. проф. М.А. Василика. – М.: Гардарики, 2006. – С. 432 – 476.
6. Почепцов, Г.Г. Теория коммуникации / Г.Г. Почепцов. – М. «Рефл-бук», К.: «Ваклер», 2001. – С. 447 – 484, 547 – 549.
7. Скарнев, Д.С. Языковые средства создания образа в рекламном дискурсе: маркетинговый аспект: монография / Д.С. Скарнев. – Челябинск: Изд. центр ЮУрГУ, 2014. – С. 55 – 67.
8. Шарков, Ф.И. Коммуникалогия: основы теории коммуникации: учебник для бакалавров / Ф.И. Шарков. – М.: ИТК «Дашков и К°», 2013. – С. 35 – 38.

Практическая работа

Задание 1. Рассмотрите схему рекламной коммуникации на рис. 3 на с. 21. Какова специфика рекламной коммуникации? Дайте характеристику ее составным элементам: отправителю, кодированию, каналу коммуникации, рекламному посреднику, получателю, декодированию, коммуникативной компетентности отправителя и получателя, ответной реакции, обратной связи, фильтрам, помехам.

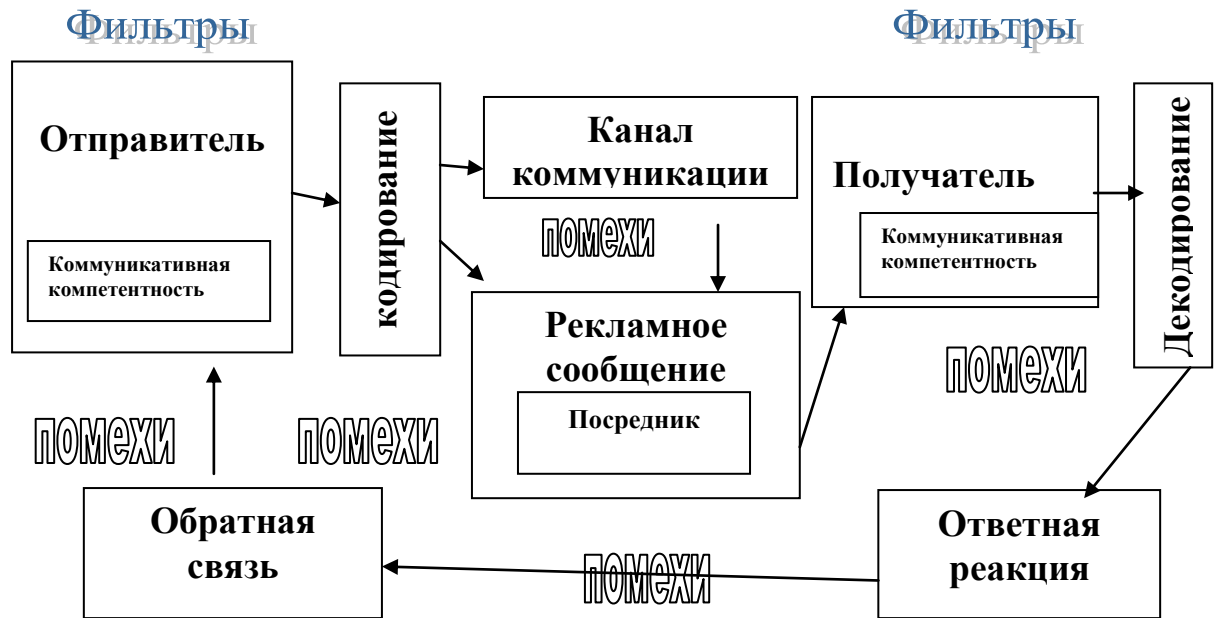


Рис. 3. Схема рекламной коммуникации

Задание 2. Выберите для анализа рекламную коммуникацию любого продукта (фирмы, товара, услуги, бренда). Рассмотрите систему взаимоотношений бренда и потребителя на примере рекламных сообщений (текстов печатной, полиграфической, транзитной и наружной рекламы, видеотекстов и пр.). При анализе коммуникации определенного продукта опирайтесь на конкретный рекламный текст (-ы), отвечая письменно на следующие вопросы:

1. Определите, кто является отправителем рекламного сообщения. Охарактеризуйте сферу его деятельности, расскажите об отправителе рекламного сообщения. С какой целью он вступает в процесс рекламной коммуникации? Удовлетворяет ли отправитель сообщения требованиям, предъявляемым к источнику коммуникации?

2. Какова целевая аудитория данной рекламной коммуникации? Кто выступает в качестве основной целевой аудитории? Кто привлекается в качестве дополнительной целевой аудитории? Возможна ли бесполезная целевая аудитория? Нарисуйте словесный портрет основной и дополнительной целевой аудитории рекламного воздействия, учитывая различные критерии сегментации: демографические, географические, поведенческие, возрастные и др. Каковы интересы целевой аудитории, род занятий, профессия, возраст, ожидания от встречи с рекламируемым товаром

и его приобретения? Совпадает ли коммуникативная компетентность отправителя сообщения и его получателя? Учтены ли интересы каждой из сторон, принимающих участие в рекламной коммуникации?

3. Какова основная идея рекламного сообщения? Что вкладывается в рекламный текст на этапе кодирования? Учитываются ли при этом особенности национального менталитета? Какова тема рекламы? Что рекламируется? Каков сюжет и композиция рекламного текста? О каких преимуществах товара рассказывается в сообщении? Как создается образ товара?

4. Кто привлекается для продвижения рекламного продукта (звезды, эксперты, потребители, корпоративный герой или др.)? Какими качествами наделяются рекламные персонажи? Удовлетворяют ли посредники требованиям, предъявляемым к рекламным персонажам? Как должна реагировать на их участие целевая аудитория?

5. Какие слова наиболее точно характеризуют рекламируемый товар? Какие языковые средства используются (различные тропы (эпитеты, метафоры, метонимии, сравнение и др.), повторы, рифма, каламбур, термины, нейтральная лексика, экспрессивно-оценочные слова, фразеологизм, крылатые фразы и выражения, цитации и аллюзии и др.). Выписать примеры таких слов и выражений из текста.

6. Какие каналы коммуникации задействует отправитель при распространении рекламного сообщения? Направлены ли они точно на целевую аудиторию рекламного воздействия? Удастся ли с помощью выбранных каналов коммуникации убедительно донести идею рекламы до избранной целевой аудитории? Правильно ли были выбраны данные каналы коммуникации для продвижения продукта?

7. Каковы возможные помехи (барьеры, препятствия) и фильтры коммуникации? Что может ограничивать восприятие рекламного сообщения? Что мешает воспринимать рекламную информацию? Какие ассоциации вызывает имя бренда? В каких каналах коммуникации и на каких этапах рекламной коммуникации могут возникнуть барьеры коммуникации?

8. Какова обратная связь? Работает ли она? Что предполагает отправитель и что должен вынести получатель рекламного сообщения?

9. Сделайте вывод в целом об эффективности рассматриваемой рекламной коммуникации (на материале текстов), отметьте ее достоинства и недостатки.

4.2. Профессионально-ориентированные коммуникации

Цель занятия – дать понятие о политической и публичной коммуникациях, о коммуникациях в сферах экономики, производства и коммерции; рассмотреть специфику коммуникаций в организациях; определить пути решения кризисных и конфликтных ситуаций в коммуникациях.

Вопросы для обсуждения

1. Коммуникация в сфере политики: понятие, специфика, структура. Используемые виды и средства коммуникации. Электоральная политическая коммуникация.
2. Коммуникации в государственных и общественных организациях.
3. Коммуникации в экономической, производственной и коммерческой сферах.
4. Коммуникации в коммерческих организациях. Особенности внутренних коммуникаций в организации. Виды и формы коммуникаций в организации. Роль коммуникации в корпоративной деятельности.
5. Коммуникация в кризисных и конфликтных ситуациях. Протестная коммуникация.
6. Публичная коммуникация, ее особенности.

Литература для подготовки

1. Гнатюк, О.Л. Основы теории коммуникации: учебное пособие / О.Л. Гнатюк. – М.: Кнорус, 2012. – С. 81 – 90, 128 – 131.
2. Киуру, К.В. Имиджевый медиатекст в политической коммуникации: учебное пособие / К.В. Киуру. – СПб.: Лаборатория оперативной печати ф-та журналистики СПбГУ, 2004. – С. 5 – 32.
3. Нахимова, Е.А. Основы теории коммуникации: учебное пособие / Е.А. Нахимова, А.П. Чудинов. – М.: Флинта, Наука, 2013. – С. 120 – 128.
4. Недосека, О.Н. Основы теории коммуникаций: курс лекций / О.Н. Недосека. – М.: Гуманитар. изд. центр ВЛАДОС, 2010. – С. 64 – 75.
5. Основы теории коммуникаций / под ред. проф. М.А. Василика. – М.: Гардарики, 2006. – С. 481 – 507, 513 – 543.
6. Почепцов, Г.Г. Теория коммуникации / Г.Г. Почепцов. – М. «Рефл-бук», К.: «Ваклер», 2001. – С. 485 – 546.

Практическая работа

Задание 1. Что понимается под политической коммуникацией? Какова роль средств массовой коммуникации в создании имиджа политика? В каких жанрах происходит пересечение СМИ, политики и рекламы?

Задание 2. Раскройте суть интерпретации политики в качестве особой формы коммуникации между людьми. Определите логическое соотношение между понятиями «коммуникация», «управление», «социальная коммуникация» и «политическая коммуникация».

Задание 3. Дайте наиболее общее определение понятию «политическая реклама». Предложите свои примеры, какими могут (могли) быть лозунги будущей (прошедшей) предвыборной кампании, используя следующие жанры:

1. Декларация ценностей;
2. Апеллирование к общегрупповым ценностям;
3. Противопоставление, сравнение ценностей;

4. Декларация ценностей (символических и реальных), призывы к определенному действию;
5. Демонстрация уверенности в себе, правоте своего дела;
6. Обещания, заверения, уверения;
7. Угроза, устрашение;
8. Призыв, убеждение, внушение.

Задание 4. Проанализируйте степень рекламного воздействия в ходе избирательной кампании. Рассмотрите известные Вам избирательные кампании.

1. Какие элементы пропагандистского анализа вы могли бы выделить?
2. Каким образом дифференцировалось рекламное воздействие на избирателей различных возрастных категорий?
3. К эксплуатации каких мифов прибегали организаторы кампаний?
4. По каким каналам коммуникаций проходили элементы пропаганды? Чем вы объясните использование именно этих каналов?

Задание 5. Перечислите основные правила успешного публичного выступления. Охарактеризуйте его основные этапы. Подготовьте небольшое публичное выступление по любой теме. Подумайте над тем, какие методы привлечения внимания слушателей Вы сможете использовать?

4.3. Межкультурная коммуникация

Цель занятия – рассмотреть основные подходы к пониманию межкультурной коммуникации и ее сущности, получить представление о роли кросскультурного фактора в организации маркетинговых коммуникаций.

Вопросы для обсуждения

1. Понятие образа мира в национальной культуре. Менталитет. Национальный характер и его отражение в коммуникации.
2. Понятие и основные теории межкультурной коммуникации. Виды межкультурной коммуникации.
3. Кросскультурный фактор в рекламной и PR-коммуникациях.
4. Международные информационные потоки. Особенности взаимодействия в межкультурной коммуникации.
5. Кросс-культурная компетентность: понятие, основные критерии. Проблема понимания в межкультурной коммуникации. Роль традиций, обрядов. Различия в восприятии невербального общения.

Литература для подготовки

1. Гнатюк, О.Л. Основы теории коммуникации: учебное пособие / О.Л. Гнатюк. – М.: Кнорус, 2012. – С. 98 – 104.
2. Гудков, Д.Б. Теория и практика межкультурной коммуникации / Д.Б. Гудков. – М.: Гнозис, 2003. – 288 с.

3. Максимова, Ю.С. Основы межкультурной коммуникации: учебное пособие / Ю.С. Максимова. – Хабаровск: Изд-во ДВГУПС, 2012. – С. 17 – 61.
4. Нахимова, Е.А. Основы теории коммуникации: учебное пособие / Е.А. Нахимова, А.П. Чудинов. – М.: Флинта, Наука, 2013. – С. 75 – 84.
5. Недосека, О.Н. Основы теории коммуникаций: курс лекций / О.Н. Недосека. – М.: Гуманитар. изд. центр ВЛАДОС, 2010. – С. 90 – 94.
6. Почепцов, Г.Г. Теория коммуникации / Г.Г. Почепцов. – М. «Рефл-бук», К.: «Ваклер», 2001. – С. 567 – 605.
7. Скнарев, Д.С. Языковые средства создания образа в рекламном дискурсе: маркетинговый аспект: монография / Д.С. Скнарев. – Челябинск: Изд. центр ЮУрГУ, 2014. – С. 118 – 143.
8. Стогова, Е.А. Межкультурная коммуникация: учебное пособие / Е.А. Стогова. – М.: РУДН, 2011. – С. 13 – 26, 33 – 45.
9. Тер-Минасова, С.Г. Язык и межкультурная коммуникация / С.Г. Тер-Минасова. – М.: Слово, 2000. – 146 с.
10. Шабалина, О.И. Риторика международных маркетинговых коммуникаций: монография / О.И. Шабалина. – Челябинск: Изд. центр ЮУрГУ, 2014. – 178 с.

Практическая работа

Задание 1. Охарактеризуйте основные подходы к пониманию термина «межкультурная коммуникация» (лингвистический, культурно-антропологический и др.). Определите различия в узкой и широкой трактовке данного понятия.

Задание 2. Определите значение понятий: *«интернациональная коммуникация», «транскультурная и панкультурная коммуникации», «межкультурное общение», «межэтническая /межрасовая / кроссрасовая коммуникация», «интеркультурная коммуникация», «международная коммуникация»*. В каком соотношении с термином «межкультурная коммуникация» находятся рассматриваемые явления?

Задание 3. Рассмотрите специфику организации маркетинговых коммуникаций (рекламы, PR и др.) в отдельно взятой стране (по выбору). Подготовьте сообщение по данной теме и сопроводите его презентацией.

ТЕМАТИКА РЕФЕРАТОВ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

1. Биологические, социальные, этнические, психологические факторы коммуникации.
2. Вклад немецкой классической философии в развитие теории коммуникаций.
3. Возможности вербального воздействия на аудиторию.
4. Высказывание и дискурс как элементы вербальной коммуникации.
5. Семиотические характеристики слова как основной единицы языка.
6. Коммуникативные функции языка.
7. Гуманистическая, ритуальная, манипулятивная коммуникация.
8. Интеракционный подход теории коммуникации
9. Информационная концепция коммуникации
10. Кибернетические аспекты коммуникации
11. Коммуникативная личность, типы коммуникативной личности.
12. Соотношение социальной и коммуникативной характеристик личности.
13. Сущность и функции межличностной коммуникации.
14. Коммуникативная проблематика в христианской культуре.
15. Коммуникативная, интегративная, перцептивная стороны общения.
16. Коммуникативные проблемы в лингвистической философии (Л. Витгенштейн).
17. Коммуникативный акт и его составные компоненты.
18. Различные подходы к моделированию коммуникации.
19. Коммуникация в сфере политики.
20. Конкретные методы исследования социальной коммуникации (контент-анализ и др.)
21. Лингвистические подходы к изучению теории коммуникации.
22. Математическая теория коммуникации К. Шеннона.
23. Национальный характер и его отражение в коммуникации.
24. Основные методы теории коммуникаций
25. Особенности рекламной коммуникации.
26. Понятие эффективности коммуникации.
27. Понятие знака. Типология знаков.
28. Понятие социологической доминанты коммуникации.
29. Понятия «информация», «информационное пространство». Свойства информации.
30. Представление о коммуникации как о процессе и структуре.
31. Преодоление коммуникативных барьеров.
32. Природа невербальной коммуникации. Невербальные средства коммуникации.
33. Проблема коммуникации в античной культуре
34. Проблема коммуникации в эпоху Возрождения и Новое время.
35. Проблемы коммуникации в аналитической философии
36. Проблемы коммуникации в экзистенциализме
37. Развитие средств коммуникации в процессе антропогенеза.

38. Развитие технических средств коммуникации.
39. Различия в коммуникативных способностях человека и животных
40. Роль коммуникации в корпоративной деятельности.
41. Связь с общественностью как коммуникативная деятельность.
42. Семиотика и теория Ч. Морриса.
43. Семиотические особенности различных коммуникативных систем.
44. Синтезирование разнообразных средств массовой информации в зависимости от используемых каналов.
45. Соотношение сознательного и бессознательного в невербальной коммуникации.
46. Социолингвистический подход в теории коммуникации.
47. Специфика коммуникации в изобразительном искусстве, музыке, литературе, кинематографе и театральном искусстве.
48. Становление информационно-коммуникативного общества в России.
49. Сущность и функции массовой коммуникации.
50. Теории массовой коммуникации в отечественных и зарубежных исследованиях.
51. Теория информационного общества.
52. Теория межкультурного содержания коммуникации
53. Теория снижения неопределенности Ч. Бергера.
54. Философские подходы к построению теории коммуникации.
55. Функции, единицы и категории коммуникации.
56. Специфика межкультурной коммуникации.

ПРИМЕРНЫЕ ВОПРОСЫ К ЗАЧЕТУ (ЭКЗАМЕНУ)

1. Понятие коммуникации. Подходы к определению понятий «коммуникация» и «общение».
2. Место теории коммуникации в системе современной науки.
3. Предмет и объект теории коммуникации. Структура коммуникативного знания.
4. Законы теории коммуникации: цели, специфика.
5. Исторические вехи развития коммуникации.
6. Информация: понятие, основные подходы к определению термина, свойства. Особенности передачи информации.
7. Категории коммуникации: коммуникативное пространство, коммуникативное время.
8. Общенаучные методы теории коммуникации.
9. Частнонаучные методы теории коммуникации.
10. Функции, единицы и категории коммуникации.
11. Процесс коммуникации, его структура (элементы).
12. Коммуникативные барьеры.
13. Модели коммуникации (модель Аристотеля, модель Ласуэлла).
14. Модели коммуникации (модель Шеннона-Уивера, модель де Флера).

- 15.Циркулярная модель коммуникации. Модель двуступенчатой коммуникации.
- 16.Знак как средство передачи информации. Компоненты значения знака
- 17.Природа невербальной коммуникации. Невербальные средства коммуникации.
- 18.Вербальная коммуникация. Формы речевой коммуникации.
- 19.Высказывание и дискурс как элементы вербальной коммуникации.
- 20.Говорение как вид устноречевой коммуникации. Публичное выступление.
- 21.Слушание как вид коммуникации.
- 22.Письменноречевая коммуникация: условия протекания, свойства, виды и функции.
- 23.Понятие языковой личности. Коммуникативная личность, типы коммуникативной личности.
- 24.Сущность и функции межличностной коммуникации. Способы воздействия в межличностной коммуникации.
- 25.Особенности коммуникации в малых группах.
- 26.Сущность и функции массовой коммуникации. Особенности структурных элементов массовой коммуникации.
- 27.Факторы, способствующие воздействию массовой коммуникации.
- 28.Связи с общественностью как коммуникативная деятельность. Используемые виды и средства коммуникации.
- 29.Слухи как вид коммуникации.
- 30.Коммуникация в сфере политики.
- 31.Коммуникация в сфере связей с общественностью.
- 32.Роль коммуникации в корпоративной деятельности.
- 33.Особенности рекламной коммуникации.
- 34.Межкультурные коммуникации: понятие, виды, специфика.
- 35.Эффективность коммуникации.

ТЕРМИНОЛОГИЧЕСКИЙ МИНИМУМ

Алеаторика	Герменевтика
Априори	Групповая коммуникация
Барьеры (помехи) коммуникации	Дезавуировать
Бизнес-коммуникация	Декодер
Бифуркация	Декодирование
Бихевиоризм	Диалог
Брейнсторминг	Дискурс
Брендинг	Знак
Бэкграундер	Зоокоммуникация
Вербальная коммуникация	Интент-анализ
Внутриличностная коммуникация	Интервью
Вокалика	Интерактивный
Высказывание	Интерпретация

Интроспекция	Политическая коммуникация
Информационное пространство	Понимание
Информационный обмен	Популизм
Информация	Прайминг
Канал коммуникации	Предмет коммуникации
Кейс-история	Презентационные средства
Кинесика	коммуникации
Кодер	Пресс-релиз
Кодирование	Прецедент
Коммуникалогия	Проксемика
Коммуникативная компетентность	Пропаганда
Коммуникативное время	Профанация
Коммуникативное знание	Рекламная коммуникация
Коммуникативное пространство	Рекламный посредник
Коммуникатор	Релайтер
Коммуникационный партнер	Репрезентационные средства
Коммуникация	коммуникации
Контент-анализ	Связи с общественностью
Конфиденциальный	Семиотика
Копирайтинг	Система
Креатура	Слухи
Кросс-культурный фактор	Смыслообразование
Кросс-культурная компетентность	Сообщение
Личность	Социальная коммуникация
Маркетинговые коммуникации	Спичрайтинг
Масс-медиа	Средства массовой коммуникации
Массовая коммуникация	Суггестия
Медиа-кит	Теория коммуникации
Медиатор	Факт-лист
Международная коммуникация	Фасцинация
Межличностная коммуникация	Фоновая информация
Метод	Хаптика
Методология	Харизма
Мимикрия	Хрономика
Моделирование	Целевая аудитория
Модель	Эмпатия
Наблюдение	Этология
Невербальная коммуникация	
Нейминг	
Общение	
Объект коммуникации	
Одиозный	
Ольфактика	
Паблисити	
Пертурбация	

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

Основной

1. Викулова, Л.Г. Основы теории коммуникации: практикум / Л.Г. Викулова, А.И. Шарунов. – М.: АСТ: АСТ МОСКВА: Восток – Запад, 2008. – 316 с.
2. Гавра, Д.П. Основы теории коммуникации: учеб. пособие. Стандарт третьего поколения / Д. П. Гавра. – СПб.: Питер, 2011. – 288 с.
3. Гнатюк, О.Л. Основы теории коммуникации: учебное пособие / О.Л. Гнатюк. – М.: Кнорус, 2012. – 256 с.
4. Гойхман, О.Я. Речевая коммуникация: учебник / О.Я. Гойхман, Т.М. Надеина. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: ИНФРА-М, 2012.
5. Гончарова, Л.М. Основы теории коммуникации: учебное пособие / Л.М. Гончарова, В.И. Дубинский. – М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. – 352 с.
6. Коноваленко, В.А. Реклама и связи с общественностью: введение в специальность: учебник для бакалавров / В.А. Коноваленко, М.Ю. Коноваленко, Н.Г. Швед. – М.: Изд-во Юрайт, 2014. – 383 с.
7. Коноваленко, М.Ю. Теория коммуникации: учебник для бакалавров / М.Ю. Коноваленко, В.А. Коноваленко. – М.: Изд-во Юрайт, 2012. – 415 с.
8. Нахимова, Е.А. Основы теории коммуникации: учебное пособие / Е.А. Нахимова, А.П. Чудинов. – М.: Флинта, Наука, 2013. – 164 с.
9. Недосека, О.Н. Основы теории коммуникаций: курс лекций / О.Н. Недосека. – М.: Гуманитар. изд. центр ВЛАДОС, 2010. – 104 с.
10. Основы теории коммуникаций / под ред. проф. М.А. Василика. – М.: Гардарики, 2008. – 616 с.
11. Речевая коммуникация в бизнесе / под ред. Л.В. Минаевой. – М.: Изд-во МГУ, 2011. – 152 с.
12. Современная речевая коммуникация: новые дискурсивные практики: монография / под ред. О.С. Иссерс. – Омск: изд-во ОмГУ, 2011. – 344 с.
13. Шарков, Ф.И. Коммуникалогия: основы теории коммуникации: учебник для бакалавров / Ф.И. Шарков. – М.: ИТК «Дашков и К^о», 2013. – 488 с.
14. Шарков, Ф.И. Коммуникология: основы теории коммуникации [Электронный ресурс]: учебник / Ф.И. Шарков. – М.: Дашков и К, 2009 // ЭБС «Книгафонд». – Режим доступа: <http://www.knigafund.ru>.

Дополнительный

1. Бакулев, Г.П. Массовая коммуникация: западные теории и концепции / Г.П. Бакулев. – М.: Аспект – Пресс, 2005. – 176 с.
2. Габуниа, З.М. Межкультурная коммуникация как мирозозидающий факт языка / З.М. Габуниа, Э.Ю. Улимбашева. – Нальчик: Кабардино-Балкарский гос. ун-т, 2005. – 183 с.
3. Гудков, Д.Б. Теория и практика межкультурной коммуникации / Д.Б. Гудков. – М.: Гнозис, 2003. – 288 с.
4. Зверинцев, А.Б. Коммуникационный менеджмент / А.Б. Зверинцев. – СПб.: Союз, 2007. – 288 с.

5. Землянова, Л.М. Зарубежная коммуникативистика в преддверии информационного общества / Л.М. Землянова. – М.: Изд-во МГУ, 2009.
6. Иеронова, И.Ю. Введение в теорию коммуникации: учебное пособие / И.Ю. Иеронова, Рос. гос. ун-т им. Иммануила Канта. – Калининград: Изд-во Российского государственного университета, 2006.
7. Карасик, В.И. Языковые ключи / В.И. Карасик. – М.: Гнозис, 2009. – 406 с.
8. Киуру, К.В. Имиджевый медиатекст в политической коммуникации: учебное пособие / К.В. Киуру. – СПб.: Лаборатория оперативной печати ф-та журналистики СПбГУ, 2004. – 74 с.
9. Ларина, Т.В. Межкультурная коммуникация: теория и практика / Т.В. Ларина. – М.: РУДН, 2010.
10. Мечковская, Н.Б. Семиотика: язык. Природа. Культура: курс лекций / Н.Б. Мечковская. – 2-е изд., Москва: Академия, 2007.
11. Мирошниченко И.В. Семиотика: конспект лекций / И.В. Мирошниченко. – Москва: А-Приор, 2007.
12. Новые идеи в теории и практике коммуникации: сборник научных трудов / отв. ред. Д.П. Гавра. – СПб.: Роза мира, 2006.
13. Основы теории коммуникации: учебно-методическое пособие для студентов специальности «Связи с общественностью» / Сост. Ж.В.Николаева.- Улан-Удэ: ВСГТУ, 2006. – 137 с.
14. Почепцов, Г.Г. Теория коммуникации / Г.Г. Почепцов. – М. «Рефл-бук», К.: «Ваклер», 2001. – 656 с.
15. Почепцов, Г.Г. Теория и практика коммуникации / Г.Г. Почепцов. – М.: Центр, 2006. – 352 с.
16. Садохин А.П. Введение в межкультурную коммуникацию [Электронный ресурс]: учеб. пособие / А.П. Садохин. – М.: Омега-Л, 2010 // ЭБС «Книгафонд». – Режим доступа: <http://www.knigafund.ru>.
17. Садохин А.П. Межкультурная коммуникация: учеб. пособие. – М.: Альфа-М: ИНФРА-М, 2006.
18. Скарнев, Д.С. Языковые средства создания образа в рекламном дискурсе: маркетинговый аспект: монография / Д.С. Скарнев. – Челябинск: Изд. центр ЮУрГУ, 2014. – 191 с.
19. Стогова, Е.А. Межкультурная коммуникация: учебное пособие / Е.А. Стогова. – М.: РУДН, 2011. – 66 с.
20. Тер-Минасова, С.Г. Война и мир языков и культур: вопросы теории и практики межъязыковой и межкультурной коммуникации / С.Г. Тер-Минасова. – М.: Слово, 2008. – 343 с.
21. Тер-Минасова, С.Г. Язык и межкультурная коммуникация / С.Г. Тер-Минасова. – М.: Слово, 2008. – 624 с.
22. Череднякова, А.Б. Немедийные коммуникации: монография / А.Б. Череднякова, Д.С. Скарнев. – Челябинск: Издательский центр ЮУрГУ, 2014. – 186 с.

23. Шабалина, О.И. Риторика международных маркетинговых коммуникаций: монография / О.И. Шабалина. – Челябинск: Изд. центр ЮУрГУ, 2014. – 178 с.

24. Шпаковская, С.В. Основы теории коммуникации / С.В. Шпаковская, В.О. Шпаковский / Пенза: Пензенский гос. унив.-т, 2006. – 83 с.

25. Яковлев И.П. Ключи к общению. Основы теории коммуникаций: учеб. пособие / И.П. Яковлев. – Изд. 2-е, перераб. – СПб.: Авалон: Азбука-классика, 2006.

26. Яковлев И.П. Современные теории массовых коммуникаций: учеб. пособие / И.П. Яковлев. – СПб.: Роза мира, 2006.

27. Яковлев И.П. Элементы общей и прикладной коммуникологии: учеб. пособие / И.П. Яковлев. – СПб., 2010.

Internet-источники

- a. Российский PR-портал. – Режим доступа: <http://www.raso.ru/>.
- b. Газета «PR-news». – Режим доступа: <http://pr-news.spb.ru/>.
- c. Библиотека Екатерины Алеевой: журналистика, реклама, PR. – Режим доступа: <http://www.evartist.narod.ru/journ.htm>.
- d. Статьи о PR. – Режим доступа: www.advschool.ru.
- e. Материалы о рекламе, PR. – Режим доступа: <http://pr.web-3.ru>.
- f. Материалы по истории коммуникации. – Режим доступа: <http://library.thinkquest.org/26451/newmenu.html>.
- g. Сайт Международной Ассоциации Коммуникации (The International Communication Association), основанной в 1950 г. – Режим доступа: <http://www.icahdq.org/>.

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	3
Раздел 1. ВВЕДЕНИЕ В ТЕОРИЮ КОММУНИКАЦИИ	
1.1. Предмет и базовые аспекты теории коммуникации.....	4
1.2. Становление и развитие теории коммуникации.....	7
Раздел 2. КОММУНИКАЦИЯ КАК ПРОЦЕСС. СТРУКТУРА КОММУНИКАЦИИ	
2.1. Коммуникационный процесс. Модели и структурные компоненты коммуникации.....	9
Раздел 3. ВИДЫ КОММУНИКАЦИИ И ИХ СПЕЦИФИКА	
3.1. Вербальная и невербальная коммуникации.....	13
3.2. Межличностная и групповая коммуникации.....	15
3.3. Массовая коммуникация.....	18
Раздел 4. СПЕЦИФИКА КОММУНИКАЦИЙ В РАЗЛИЧНЫХ СФЕРАХ СОЦИАЛЬНОЙ ЖИЗНИ	
4.1. Понятие о маркетинговых коммуникациях и их разновидностях.....	20
4.2. Профессионально-ориентированные коммуникации.....	22
4.3. Межкультурная коммуникация.....	24
ТЕМАТИКА РЕФЕРАТОВ ПО ДИСЦИПЛИНЕ.....	26
ПРИМЕРНЫЕ ВОПРОСЫ К ЗАЧЕТУ (ЭКЗАМЕНУ).....	27
ТЕРМИНОЛОГИЧЕСКИЙ МИНИМУМ.....	28
БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК.....	30

ОСНОВЫ ТЕОРИИ КОММУНИКАЦИИ

Методические указания
по проведению практических занятий

Техн. редактор *А.В. Миних*

Издательский центр Южно-Уральского государственного университета

Подписано в печать 14.09.2015. Формат 60×84 1/16. Печать цифровая.
Усл. печ. л. 2,09. Тираж 100 экз. Заказ 482

Отпечатано в типографии Издательского центра ЮУрГУ.
454080, г. Челябинск, пр. им. В.И. Ленина 76.