

**МИНИСТЕРСТВО ТРАНСПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО
ОБРАЗОВАНИЯ
МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ ГРАЖДАНСКОЙ АВИАЦИИ**

Утверждаю
Проректор по УМР

_____Креницын В. В.
«___» _____2004г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
«ОСНОВЫ ТЕОРИИ КОММУНИКАЦИИ»
ОПД. Ф.**

Специальность: 350400

Факультет менеджмента и общественных коммуникаций (ФМОК).

Кафедра связей с общественностью.

Курс 3. Форма обучения очная. Семестр 5.

Общий объем учебных часов на дисциплину – 68.

Аудиторные часы – 34.

Лекции – 22.

Семинарские занятия – 12.

Домашнее задание (количество) – 2.

Самостоятельная работа – 34.

Форма контроля: экзамен – 5 семестр.

Москва 2004

Рабочая программа составлена на основании требований Государственного образовательного стандарта высшего профессионального образования к обязательному минимуму содержания основной образовательной программы по направлению подготовки дипломированного специалиста по специальности 350400

Рабочую программу составил кан. филос. н., доцент кафедры СО
Краснянский Д. Е. -----

Рабочая программа утверждена на заседании кафедры связей с общественностью
Протокол № --- от «----» ----- 2004 г.
Зав. Кафедрой
кан. филос. н., доцент Пименова Ж. В. -----

Рабочая программа одобрена Методическим советом специальности 350400
Протокол № --- от «----» ----- 2004 г.
Председатель Методического совета
кан. филос. н., доцент Пименова Ж. В. -----

Рабочая программа согласована с Учебно-методическим управлением.
Начальник УМУ Логачёв В. П., доц., к. т. н. -----
«Согласовано»
Декан ФМОК Репина О. В., проф., д. э. н. -----

I. Цель и задачи дисциплины.

1.1 Цель изучения дисциплины.

Целью данного курса является ознакомление с историей возникновения и развития различных теорий массовой коммуникации как видом деятельности и социальным процессом, а также современными теориями коммуникаций. Применительно к подготовке специалиста по связям с общественностью в курсе «Основы теории коммуникации» основное внимание уделяется проблемам, которые возникают в практике работы структур, занятых этими видами деятельности.

1.2 Задачи изучения дисциплины.

Студенты, изучившие данный курс, должны:

Знать общие сведения о теории коммуникации, иметь представление об исторических вехах возникновения и развития коммуникации, теорий информации и коммуникации с целью выделения из общей теории массовой коммуникации узловых моментов, дающих представление специалистам по связям с общественностью о процессах коммуникации, участниками которых им предстоит быть и которые им придется формировать.

Уметь различать типы, виды, функции коммуникаций, форм, моделей, структурных компонентов коммуникации, производить конспектирование лекционного материала, профессиональной литературы, грамотно работать с текстами.

Иметь представление о содержании коммуникации, семиотики языка, специфики коммуникаций в различных сферах социальной жизни.

II. Содержание дисциплины.

2.1 Наименование тем лекций. Объем в часах.

Лекция 1. Предмет и базовые аспекты теории коммуникации. 2 ч.

Понятия «общение», «коммуникация», «речевая деятельность». Онтологический аспект: биологические, социальные, этнические, психологические факторы коммуникации. Основные составляющие социальной коммуникации. Гносеологический аспект: функции коммуникации, единицы коммуникации; категории коммуникации. Методологический аспект. Основы методологических направлений, изучающих теоретико-методологические основы коммуникации:

бихевиоризм, символический интеракционизм, феноменализм, функциональный подход, структурализм, технологический детерминизм.

Лекция 2. Исторические вехи возникновения и развития коммуникации. 2 ч.

Генезис массовых коммуникаций. Коммуникативные революции. Истоки и основные парадигмы социальных коммуникаций. Рассмотрение социальной коммуникации в контексте бихевиоризма, персонализма, экзистенциализма, символического интеракционизма. Введение Т. Джеферсоном в оборот термина «public relations». Рационалистский подход. Иррационалистский подход. Социологическое исследование коммуникативных функций языка. Социолингвистика. Критический анализ дискурса.

Лекция 3. Развитие теорий информации и коммуникации. 2 ч.

Классическая парадигма коммуникации. (Г. Лассуэл), Новая коммуникативная стратегия. Теория гегемонии массовой коммуникации. Теория эгалитарной массовой коммуникации. Современный социокультурологический подход к пониманию массовой информации. Концепция свободного потока информации. Бирмингемская школа методологического коллективизма. Культурологическая теория коммуникации. Теория минимального познания. Теория коммуникативной компетенции.

Лекция 4. Типы, виды, функции и средства коммуникаций. 2 ч.

Массовые, локальные коммуникации, коммуникации среднего уровня. Внешние и внутренние коммуникации. Непосредственные (прямые). Опосредованные коммуникации. Активные и пассивные коммуникации. Случайные и организованные коммуникации. Виды коммуникации. Вербальные и невербальные коммуникации. Вертикальные и горизонтальные коммуникации. Офисные коммуникации. Конфликтные и протестные коммуникации. Уличные коммуникации. Функции массовой коммуникации. Корреляция элементов общества и среды. Сохранение и передача социально-культурного наследия. Средства коммуникации. Несловесные, письменные, персональные, групповые, устные средства коммуникации.

Лекция 5. Межличностные специализированные и массовые коммуникации. Модели и структурные компоненты коммуникации. 4 ч.

Представление о коммуникации как о процессе и структуре. Структура межличностной, специализированной и массовой коммуникации. Сущность и функции межличностной коммуникации.

Особенности межличностной коммуникации в малых группах. Способы воздействия в межличностной коммуникации. Механизмы и условия, обеспечивающие эффективность межличностной коммуникации. Особенности передачи информации: одновременное распространение по разным каналам, синтезирование разнородных средств коммуникации. Коммуникации в государственных, коммерческих, общественных структурах, в экономической, социальной, политической и других сферах общественной жизни. Специфика коммуникации в изобразительном искусстве, архитектуре, танце, музыке, театре, литературе. Коммуникативные системы кино и телевидения. Мифологическая и художественная коммуникации. Возможности воздействия на аудиторию через синтетические виды коммуникации. Сущность и функции массовой коммуникации. Массовая коммуникация и сфера общественных связей и отношений. Моделирование массовой коммуникации, особенности структурных элементов массовой коммуникации. Теории массовой коммуникации в отечественных и зарубежных исследованиях. Социально-психологические, информационные и коммуникативные факторы, способствующие воздействию массовой коммуникации. Простейшие, циркулярные, гомогенные, двухступенчатые, многоступенчатые коммуникации. Различные подходы к моделированию коммуникативного пространства: филологические, социологические, психологические, семиотические, математические и др. Понятия образа мира и языковой картины мира. Разновидности информационных потоков. Структурные компоненты коммуникации: адресант (коммуникатор), адресат (аудитория), сообщение (информация), код, канал, ситуация, реакция (эффективность).

Лекция 6. Коммуникативный процесс. Социологические доминанты коммуникации. 2 ч.

Производство информации, мультипликация, кодирование, распространение, прием, декодирование, использование информации. Протекание процесса коммуникации по составным звеньям коммуникативной цепи: коммуникатор, содержание, аудитория. Обмен информацией, инициированный со стороны получателя. Передача информации по инициативе источника. Обмен информацией по заранее установленным правилам. Аргументация в коммуникативном процессе. Доказательство, подтверждение, оправдание, объяснение, интерпретация, возражение как элементы коммуникативного процесса. Понятие социологической доминанты коммуникации. Стратификационные доминанты: социальный статус коммуникантов, социальная дифференциация, социальная интеграция, социальная интерференция. Ситуативные доминанты: коммуникативные роли, коммуникативная сфера, коммуникативная ситуация, коммуникативная установка. Оценочные доминанты: ценностная ориентация, оценочная

информация, оценка партнера, самооценка, социальный стереотип. Функциональные доминанты: апеллятивная, побудительная, волеизъявительная, ритуальная, перформативная, самопрезентационная.

Лекция 7. Коммуникативная личность. Коммуникатор и коммуниканты. 2 ч.

Личность в системе коммуникации. Понятие языковой личности: вербально-семантический, лингво-когнитивный, мотивационные уровни. Типы коммуникативной личности. Параметры коммуникативной личности: мотивационный, когнитивный, функциональный. Коммуникатор и социологические способы его изучения. Цели коммуникатора. Коммуникативные роли и обмен информацией в коммуникативной сфере. Границы коммуникативной сферы. Социальные роли коммуникатора. Мотивированность действий коммуникантов. Роли коммуникантов в процессе обмена информацией.

Лекция 8. Содержание коммуникации. Семиотика языка. 2 ч.

Понятие знака. Типологии знаков. Знак как средство передачи информации различного рода: компоненты значения языка. Символьная коммуникация. Социальные символы – позитивные и негативные. Содержание и средства речевой коммуникации. Вариативность языка (лингвистическое, информационно-содержательное, коммуникативное). Синтактика, семантика, прагматика как основные отношения знаков. Семиотические особенности различных коммуникативных систем. Гуманистическая, ритуальная, манипулятивная коммуникация: цели, социально-психологические механизмы.

Лекция 9. Аудитория и коммуникации. 2 ч.

Аудитория как адресат коммуникации. Объективные и субъективные характеристики. Убеждение и внушение как способы коммуникативного воздействия на аудиторию. Общие требования к коммуникатору и адресату (аудитории). Ориентация коммуникатора на потенциальную аудиторию. Разовое, кратковременное, длительное (постоянное) воздействие коммуникатора с аудиторией. Опосредованное взаимодействие через «лидеров мнений». Воздействие через убеждение. Оптимизация деятельности аудитории. Контакты с целью формирования группового сознания. Реакция аудитории на коммуникативное послание.

Лекция 10. Эффективность коммуникации. 2 ч.

Понятие эффективности коммуникации. Обратная связь. Барьеры коммуникации и пути их преодоления: социальные, психологические, когнитивные, физические, языковые, технические. Влияние составных частей и конфигурации коммуникативной цепи на эффективность коммуникации. Факторы повышения эффективности межличностной коммуникации. Совместимость партнеров как коммуникативных

личностей, адекватное восприятие смысловой и оценочной информации, воздействие через убеждение.

2.2 Перечень вопросов семинарских занятий. Объем в часах.

С. 3. 1. Генезис массовых коммуникаций. Истоки и основные парадигмы социальных коммуникаций. Рационалистский подход. Иррационалистский подход. 2 ч.

С. 3. 2. Классическая парадигма коммуникации. Новая коммуникативная стратегия. Функциональный подход в исследовании сущности массовой информации. 2 ч.

С. 3. 3. Типы коммуникации. Виды коммуникации. Функции массовой коммуникации. Средства коммуникации. 2 ч.

С. 3. 4. Структура межличностной, специализированной и массовой коммуникации. Структурные компоненты коммуникации. Простейшие, циркулярные, гомогенные, двухступенчатые и многоступенчатые коммуникации. 2 ч.

С. 3. 5. Коммуникация как структура. Производство, распознавание информации, мультипликация, распространение, прием, использование информации. Прохождение информации по элементам коммуникативной системы. Общение как коммуникативный процесс. Обеспечение процесса коммуникации. 2 ч.

С. 3. 6. Понятие знака. Знак как средство передачи информации различного рода: компоненты значения знака. Символьная коммуникация. Содержание и средства речевой коммуникации. Вариативность языка. Семиотические особенности различных коммуникативных систем. Синтактика, семантика, прагматика. Коммуникативная, интерактивная, перцептивная стороны общения. 2 ч.

3 Учебно-методическое обеспечение дисциплины.

Основная литература.

1. Шарков Ф. И. Основы теории коммуникации. М., 2003.
2. Почепцов Г. Г. Коммуникативные технологии XX века. М., Киев, 1999.
3. Почепцов Г. Г. Теория коммуникации. М., 2001.

Дополнительная литература.

1. Блэк С. Паблик рилейшенз. Что это такое? М., 1990.

2. Кара-Мурза С. Г. Манипуляция сознанием. М. 1999.
3. Терин В. П. Массовая коммуникация. М., 2000.
4. Мильнер Б. З. Теория организации. М., 1999.
5. Конецкая В. П. Социология коммуникации. М., 1997.
6. Почепцов Г. Г. Паблик рилейшенз, или как успешно управлять общественным мнением. М., 1998.
7. Панфилова А. П. Деловая коммуникация в профессиональной деятельности. СПб., 2001.
8. Спивак В. А. Корпоративная культура. СПб., 2001.
9. Логика. Логические основы общения. М., 1994.
10. Почепцов Г. Г. Теория и практика коммуникации: от речей президентов до переговоров с террористами. М., 1998.

Примерный перечень вопросов к экзамену.

1. Понятия «общение», «коммуникация», «речевая деятельность».
2. Основные составляющие социальной коммуникации.
3. Онтологический аспект: биологические, социальные, этнические, психологические факторы коммуникации.
4. Гносеологический аспект: функции коммуникации, единицы коммуникации; категории коммуникации.
5. Генезис массовых коммуникаций.
6. Коммуникативные революции.
7. Истоки и основные парадигмы социальных коммуникаций.
8. Классическая парадигма коммуникации.
9. Новая коммуникативная стратегия.
10. Теория гегемонии массовой коммуникации.
11. Теория эгалитарной массовой коммуникации.
12. Бирмингемская школа методологического коллективизма.
13. Концепция свободного потока информации.
14. Культурологическая теория коммуникации.
15. Теория коммуникативной компетенции.
16. Аудитория и типы коллективного коммуникативного поведения.
17. Коммуникативное пространство и его виды.
18. Что такое социальный коммуникативный акт?
19. Теория минимального познания.
20. Массовые, локальные коммуникации, коммуникации среднего уровня.
21. Виды коммуникации.
22. Функции массовой коммуникации.
23. Средства коммуникации.
24. Представление о коммуникации как о процессе и структуре.

25. Структура межличностной, специализированной и массовой коммуникации.
26. Сущность и функции межличностной коммуникации.
27. Особенности межличностной коммуникации в малых группах.
28. Механизмы и условия, обеспечивающие эффективность межличностной коммуникации.
29. Коммуникации в государственных, коммерческих, общественных структурах, в экономической, социальной, политической и других сферах общественной жизни.
30. Специфика коммуникации в изобразительном искусстве, архитектуре, танце, музыке, театре, литературе.
31. Коммуникативные системы кино и телевидения.
32. Мифологическая и художественная коммуникации.
33. Массовая коммуникация и сфера общественных связей и отношений.
34. Моделирование массовой коммуникации, особенности структурных элементов массовой коммуникации.
35. Теории массовой коммуникации в отечественных и зарубежных исследованиях.
36. Простейшие, циркулярные, гомогенные, двухступенчатые, многоступенчатые коммуникации.
37. Различные подходы к моделированию коммуникативного пространства: филологические, социологические, психологические, семиотические, математические и др.
38. Производство информации, мультипликация, кодирование, распространение, прием, декодирование, использование информации.
39. Протекание процесса коммуникации по составным звеньям коммуникативной цепи: коммуникатор, содержание, аудитория.
40. Аргументация в коммуникативном процессе.
41. Доказательство, подтверждение, оправдание, объяснение, интерпретация, возражение как элементы коммуникативного процесса.
42. Целевая аудитория и ключевые сообщения.
43. Личность в системе коммуникации.
44. Понятие языковой личности: вербально-семантический, лингво-когнитивный, мотивационные уровни.
45. Коммуникатор и социологические способы его изучения.
46. Коммуникативные роли и обмен информацией в коммуникативной сфере.
47. Границы коммуникативной сферы.
48. Распространение информации в реальной человеческой среде.
49. Коды в процессе общения.
50. Семиотика как наука о символах.
51. Понятие знака. Типы знаков.

52. Мотивированность действий коммуникантов.
53. Синтактика, семантика, прагматика как основные отношения знаков.
54. Гуманистическая, ритуальная, манипулятивная коммуникация: цели, социально-психологические механизмы.
55. Семиотические особенности различных коммуникативных систем.
56. Символьная коммуникация.
57. Коммуникативные модели воздействия.
58. Аудитория как адресат коммуникации.
59. Понятие эффективности коммуникации. Обратная связь.
60. Барьеры коммуникации и пути их преодоления: социальные, психологические, когнитивные, физические, языковые, технические.

Домашнее задание №1.

1. Как вы понимаете, утверждение Г. М. Маклюэна, что «средство коммуникации есть сообщение»? Обоснуйте свой ответ.
2. Исследователи теории коммуникации, классифицируя средства коммуникации, подразделили их на «горячие» и «холодные», в чем вы видите критерий разделения? По какому алгоритму они сменяют друг друга?
3. Как вы думаете, какие события в истории человеческой цивилизации можно назвать «коммуникативными революциями»? Аргументируйте свой ответ.
4. Устное слово – «цветок зла» - как тип коммуникации.
5. Письменное слово как средство коммуникации. К каким последствиям привело людей изобретение письменности?

Домашнее задание №2.

При выполнении ДЗ №2 студентам следует дать развернутый ответ в форме эссе на следующие вопросы:

1. Печать – новое слово в истории коммуникации. Что в коммуникативном аспекте представляют собой СМИ?
2. Комикс как вестибюль *mad*, ведущий к телевидению.
3. Кино – «мир, намотанный на катушку».
4. Радио – «племенной барабан».
5. Телевидение – «застенчивый гигант».

