

От автора

Теория коммуникации – базисная для PR наука. PR, как и другие коммуникативные технологии, являясь в основном изобретением века двадцатого, перейдут вместе с нами в век двадцать первый, где получат свое дальнейшее развитие. Существует весьма тесное пересечение между теорией коммуникаций и PR. Если теория коммуникаций является базовой исследовательской дисциплиной для профессиональной области, связанной с воздействием, причем любого уровня, как межличностного, так и воздействия на массовое сознание, то публик рилейшнз является такой же базовой прикладной наукой в этой профессиональной сфере. Это отражается в постоянном перетекании специалистов из одной сферы в другую. Так, в США ряд специалистов попадает в сферу публик рилейшнз после работы в так называемом комитете Криля, который занимался пропагандой в первую очередь внутри собственной страны. В Великобритании произошел аналогичный переход после Второй мировой войны, поскольку этих специалистов в области «интенсивной коммуникации» не могла принять сфера рекламы из-за своего недостаточного развития в условиях дефицита продуктов.

Теория коммуникации выработала более широкий взгляд на процесс общения и вообще систематизировала и поставила на научную основу накопленный человечеством опыт в сфере воздействия. В современных условиях резко изменилось отношение к коммуникации. В обществе с жесткой иерархической структурой, каковым являлось любое традиционное или политарное общество, например, Советский Союз, главенствовала только монологическая коммуникация и не было нужды в риторических ухищрениях. Как и в эпоху появления «письменного человека», или европейского средневековья, когда основным было цитатное слово (тогда – Библия, Коран, Типитака, Ригведа или любой сакральный текст, позже – марксистско-ленинское учение), главным становится приближенность к источнику правильной мысли. При распространении плюрализма, диалогичности, многоголосия, что отражало усложнение, дифференциацию, динамику развития общества, право на истину, которое зависит не только от иерархического уровня начальственного кресла, ситуация резко меняется. Новое коммуникативное пространство порождается равноценными независимыми друг от друга участниками.

В этой новой ситуации коммуникация становится объектом исследования, поскольку от уровня нашего знания этих процессов зависят наши результаты. Об этом можно сказать так же, как сказал Роберт Тиболд об экономических депрессиях: «Есть еще один дополнительный фактор, помогавший держать депрессии под контролем, и этот фактор – лучшее понимание их развития». Перед обществом возникает новая задача – как объединить в единые типы поведения социальные группы с автономным поведением, как достичь консенсуса (согласия), толерантности (терпимости).

Система иерархической коммуникации, где главным компонентом был приказ, стала меняться на систему демократической коммуникации, где основой становится убеждение.

Это не только новые для нашего общества задачи, но и достаточно сложные. Они предполагают гораздо больший интеллектуальный уровень в системе управления. В прошлом, когда система была административно-коммуникативной, достаточно было опереться на внешнее принуждение. Сегодня таким принуждением может быть только внутреннее желание, собственное решение данного индивидуума. Система же призвана помочь ему обнаружить это желание. Без достаточно сильных научных оснований это невозможно сделать. Не только пропаганда, но и реклама, паблик рилейшнз, переговоры, «спичрайтерство» и множество других направлений внезапно ощутили отсутствие «поддерживающей» их дисциплины. Такой объединяющей дисциплиной и является «Теория коммуникации». Каждое из направлений разрабатывает свои собственные прикладные аспекты; к примеру, для рекламы – это «медиапланирование». Однако жесткая замкнутость в своем собственном прикладном аспекте несет такую же опасность, как и отсутствие внимания к этому аспекту вообще.

Вступив в информационный век, мы по-иному смотрим теперь на такую науку, как теория коммуникации. «Падчерица» советского периода сегодня становится принцессой. Это связано, во-первых, с переходом от армейского варианта иерархической коммуникации, где роль получателя информации была резко заниженной, к новому, демократическому, когда потребитель информации перемещается с пассивных на активные позиции. Лауреат Нобелевской премии К. Гэлбрейт сказал об этом феномене, что человек хочет быть услышанным. Эта новая характеристика человека, которая не столь явно проявлялась в прошлом. Во-вторых, после трех тысяч лет развития человеческой цивилизации, связанного с фрагментарными и механическими технологиями, который приводил к взрывному разбросу, западный мир стал «взрываться» вовнутрь. Во времена «механических» эпох люди занимались, как пронциательно подметил Г.М. Маклюэн, расширением своих тел в пространстве. После того, как появилась электрическая технология, мы расширили до вселенских масштабов свою центральную нервную систему и упразднили пространство и время, по крайней мере, в пределах нашей планеты. По мнению многих футурологов и не только, мы быстро приближаемся к финальной стадии расширения человека вовне – стадии технологической симуляции сознания, когда творческий процесс познания будет коллективно и корпоративно расширен до масштабов всего человеческого общества примерно так же, как ранее благодаря различным средствам коммуникации были расширены вовне наши чувства и наши нервы. Будет ли расширение сознания, которого так долго добивались специалисты, занимающиеся рекламой различных продуктов, «полезным делом» – вопрос, допускающий множество ответов. Не рассмотрев всю совокупность расширений человека, мы вряд ли

сумеет ответить на такого рода вопросы. Именно теория коммуникации и позволяет корректно и объективно рассмотреть эти явления, познать их, но и не только познать, но и наладить связи между населением и властью, между фирмой и клиентом, между заводом и потребителем. В добавление к прямой связи, где мы уже достаточно преуспели, приходит обратная, резко повышающая роль получателя информации.

Теория коммуникации в значительной степени формируется разнообразными прикладными областями, где коммуникативное воздействие играет определяющую роль. Только с помощью эффективно проведенной коммуникации в современном обществе осуществляется все больше и больше событий. Общество стало более зависимым от коммуникации. Ни в одном столетии не развивалось столько разнообразных дисциплин, связанных с воздействием человека на человека.

Теория коммуникации, несомненно, получит свое дальнейшее развитие, и оно будет тем успешнее, чем большее число людей выберет эту сферу в качестве своей профессии. В настоящее время, когда не только на Западе, но и на просторах бывшего СССР получает развитие множество новых областей прикладных коммуникаций, у этой науки появились хорошие перспективы.

Автор выражает надежду на внимательное и заинтересованное изучение студентами курса «Основы теории коммуникации». Естественно, изучение только данной учебной дисциплины не сможет дать полное и детальное знание об этой весьма непростой, но интересной сфере. Однако, во всяком случае, студенты при известном прилежании и ориентации на понимание, смогут получить тот необходимый минимум и фундамент знаний по теории коммуникации, чтобы, с одной стороны, понимать процессы, явления и механизмы этой области, а с другой, иметь должный набор «ключей» посредством, которого можно продолжать изучение сферы коммуникаций самостоятельно. Необходимо упомянуть об одном моменте, который может сопровождать изучение данной дисциплины и затруднить образовательный процесс. При первом знакомстве с областью коммуникаций, может показаться, что здесь всё просто и знакомо, нет никаких сложностей. Однако это опрометчивый взгляд. За поверхностной простотой, скрываются отнюдь не элементарные вещи и процессы.

Однако при установке на познание нового, несомненно, полученные знания пригодятся не только в собственной работе, но и в повседневной коммуникации.

ТЕМА 1. ИСТОРИЧЕСКИЕ ВЕХИ ВОЗНИКНОВЕНИЯ И РАЗВИТИЯ КОММУНИКАЦИИ

1. Генезис массовых коммуникаций.
2. Истоки и основные парадигмы социальных коммуникаций.
3. Рационалистический подход (концепция технологического детерминизма).
4. Иррационалистический подход (понимающая социология).
5. Различные концепции изучения социальных коммуникаций (классическая позитивистская методология субъектно-объектных диспозиций; когнитивная модель субъектно-объектных отношений; постнеклассический подход).

ВОПРОСЫ ДЛЯ ОБСУЖДЕНИЯ

1. Зарождение и последующее развитие теорий коммуникации.
2. Истоки социальной коммуникации.
3. Теории и методы социальной коммуникации.
4. Массовая коммуникация как социальное явление.
5. Подходы к пониманию сущности массовой информации.
6. Развитие современных теорий коммуникации.
7. Средство коммуникации есть сообщение.
8. Коммуникации и вызываемые ими последствия в жизни людей.
9. Три коммуникативные революции в истории человеческой цивилизации.
10. Коммуникации и внешние расширения человека.
11. Преобразующая сила коммуникаций или понятие «этерификации».
12. «Горячие» и «холодные» средства коммуникации.
13. Условия превращения коммуникации в массовую коммуникацию.
14. Специфика прессы, радио и телевидения как средств массовой коммуникации.
15. Основные контексты понятия «коммуникация».

ОСНОВНАЯ ЛИТЕРАТУРА

Шарков Ф.И. Основы теории коммуникации. – М., 2003. – С. 9-22.

ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ЛИТЕРАТУРА

1. Конецкая В.П. Социология коммуникации. – М., 1997.
2. Почепцов Г.Г. Коммуникативные технологии XX века. – М., – Киев, 1999.
3. Терин В. П. Массовая коммуникация. – М., 2000.
4. Кули Ч. Общественная организация // Тексты по истории социологии XIX-XX веков: хрестоматия. – М.: Наука, 1994.

5. Швейцер А.Д. Современная социоллингвистика // Теория, проблемы, методы. – М., 1976.

6. Роджерс Э., Агарвала-Роджерс Р. Коммуникации в организациях. – М., 1980.

ТЕМА 2. РАЗВИТИЕ ТЕОРИЙ ИНФОРМАЦИИ И КОММУНИКАЦИИ

1. Классическая парадигма коммуникации (Г. Лассуэл).
2. Новая коммуникативная стратегия.
3. Современное развитие теорий массового общества, гегемонии массовой коммуникации, эгалитарной массовой коммуникации, коммуникативной компетентности, минимального познания.
4. Виды коммуникации.

ВОПРОСЫ ДЛЯ ОБСУЖДЕНИЯ

1. Почему теория коммуникации является междисциплинарной отраслью знаний?
2. Каковы базовые составляющие социальной коммуникации?
3. Раскройте понятия «общение», «коммуникация», «социальная коммуникация», «речевая деятельность».
4. Что в большей мере составляет основу коммуникации: язык, конструкция, система, речевые сигналы?
5. Какие теории коммуникации и информации, разработанные отечественными и зарубежными учеными, сыграли наибольшую роль в формировании современной теории коммуникации?
6. Разновидности коммуникаций.
7. Чем характеризуется классическая линейная коммуникация?

ОСНОВНАЯ ЛИТЕРАТУРА

Шарков Ф.И. Основы теории коммуникации. – М., 2003. – С. 23-34, 38-45, 65-67.

ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ЛИТЕРАТУРА

1. Почепцов Г.Г. Теория коммуникации. – М., 2001.
2. Мильнер Б.З. Теория организации. – М., 1999.
3. Панфилова А.П. Деловая коммуникация в профессиональной деятельности. – СПб., 2001.
4. Тарасов Е.Ф. Речевое воздействие: методология и теория. – М., 1990.
5. Леонтьев А.Н. Потребности, мотивы и эмоции. – М., 1971.
6. Ньюстром Дж.В., Дэвис К. Организационное поведение. – СПб., 2000.
7. Узилевский Г.Я. Взаимодействие естественных и искусственных языков в современных лингвистических процессорах. – М., 1996.

ТЕМА 3. ФУНКЦИОНАЛЬНЫЙ ПОДХОД В ИССЛЕДОВАНИИ СУЩНОСТИ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ

1. Функциональный подход в исследовании сущности массовой информации.
2. Западные и отечественные школы коммуникативистики.
3. Типы коммуникации.
4. Функции массовой коммуникации.

ВОПРОСЫ ДЛЯ ОБСУЖДЕНИЯ

1. Разновидности коммуникаций.
2. Понятие «массовой информации».
3. Моделирование социальных систем.
4. Что является единицей вербальной коммуникации?
5. Как Вы думаете, где преобладают горизонтальные коммуникации?
6. Какие моменты характеризуют речевой акт?

ОСНОВНАЯ ЛИТЕРАТУРА

Шарков Ф.И. Основы теории коммуникации. – М., 2003. – С. 23-34, 38-45, 65-67.

ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ЛИТЕРАТУРА

1. Почепцов Г.Г. Теория коммуникации. – М., 2001.
2. Мильнер Б.З. Теория организации. – М., 1999.
3. Панфилова А.П. Деловая коммуникация в профессиональной деятельности. – СПб., 2001.
4. Тарасов Е.Ф. Речевое воздействие: методология и теория. – М., 1990.
5. Леонтьев А.Н. Потребности, мотивы и эмоции. – М., 1971.
6. Ньюстром Дж.В., Дэвис К. Организационное поведение. – СПб., 2000.
7. Узилевский Г.Я. Взаимодействие естественных и искусственных языков в современных лингвистических процессорах. – М., 1996.

ТЕМА 4. МЕЖЛИЧНОСТНЫЕ, СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫЕ И МАССОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ. СТРУКТУРНЫЕ КОМПОНЕНТЫ КОММУНИКАЦИИ

1. Структура межличностной, внутриличностной, специализированной и массовой коммуникации.
2. Особенности коммуникации в малой группе.
3. Структурные компоненты коммуникации.

ВОПРОСЫ ДЛЯ ОБСУЖДЕНИЯ

1. Каковы особенности межличностной коммуникации?
2. Каковы социально значимые функции межличностной коммуникации?
3. Какова степень структурированности в различных формах межличностной коммуникации?
4. Как мотивационные теории объясняют сущность и функции межличностной коммуникации?
5. Как характеризуются мотивы и цели коммуникации в теории речевой деятельности?
6. Особенности внутриличностной коммуникации.
7. Что такое малая группа?
8. Почему рекламу можно рассматривать как модель, вид и канал коммуникации?
9. В чем состоят особенности межличностной коммуникации в малых группах?
10. Какие условия обеспечивают эффективность коммуникации?
11. Как влияют на успешность коммуникации интересы коммуникантов?
12. Расскажите о процессе восприятия и его роли в межличностной коммуникации.
13. Каковы способы воздействия в межличностной коммуникации?
14. Назовите общие условия, обеспечивающие функционирование массовой коммуникации.
15. Какие рекомендации для эффективного использования метода убеждения являются наиболее существенными в межличностной коммуникации?

ОСНОВНАЯ ЛИТЕРАТУРА

Шарков Ф.И. Основы теории коммуникации. – М., 2003. – С. 45-65.

ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ЛИТЕРАТУРА

1. Яковлев И.П., Каминский Д.В. Модели и типы социальных коммуникаций // Социология и общество. – СПб., 2000.
2. Уткин Э.А., Кочеткова А.И. Рекламное дело. – М., 1999.
3. Почепцов Г.Г. Теория и практика коммуникации: от речей президентов до переговоров с террористами. – М., 1998.

ТЕМА 5. ТИПЫ И МОДЕЛИ КОММУНИКАЦИИ

1. Модели коммуникации.
2. Простейшие, циркулярные, гомогенные, двухступенчатые и многоступенчатые коммуникации.
3. Объемные коммуникации: их разновидности.
4. Семиотические модели коммуникации.

ВОПРОСЫ ДЛЯ ОБСУЖДЕНИЯ

1. Какая самая известная модель коммуникации?
2. Какую модель коммуникации сформулировал Аристотель?
3. Назовите основные семиотические модели коммуникации.
4. Назовите основные признаки объемных коммуникаций.
5. Назовите отличительные признаки модели социального атомизма?
6. Расскажите об основных гомогенных моделях коммуникации.
7. В чем состоит сущность диффузной модели коммуникации.
8. Чем отличаются нелинейные модели от линейных?
9. Какими признаками характеризуется циркулярная модель коммуникации?
10. Через кого осуществляется коммуникация в двухступенчатых моделях?
11. Модель «привратника» и «спираль молчания» Ноэль Нойман.

ОСНОВНАЯ ЛИТЕРАТУРА

Шарков Ф.И. Основы теории коммуникации. – М., 2003. – С. 45-65.

ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ЛИТЕРАТУРА

1. Яковлев И.П., Каминский Д.В. Модели и типы социальных коммуникаций // Социология и общество. – СПб., 2000.
2. Уткин Э.А., Кочеткова А.И. Рекламное дело. – М., 1999.
3. Почепцов Г.Г. Теория и практика коммуникации: от речей президентов до переговоров с террористами. – М., 1998.

ТЕМА 6. КОММУНИКАТИВНЫЙ ПРОЦЕСС. СОЦИОЛОГИЧЕСКИЕ ДОМИНАНТЫ КОММУНИКАЦИИ

1. Производство, распознавание информации, мультипликация, распространение, прием, использование информации.
2. Коммуникация как структура.
3. Прохождение информации по элементам коммуникативной системы.
4. Обеспечение процесса коммуникации. Общение как коммуникативный процесс.
5. Понятие социологической доминанты коммуникации. Виды доминант.

ВОПРОСЫ ДЛЯ ОБСУЖДЕНИЯ

1. Можно ли рассматривать коммуникативный процесс как последовательно реализуемые этапы производства, мультипликации, распространения, приема, распознавания и использования информации?

2. В чем сходство и различия между понятиями «коммуникативный процесс» и «коммуникация как процесс»?
3. Какие способы передачи информации Вы знаете?
4. Каковы требования к формируемым информационным материалам?
5. По каким каналам и звеньям коммуникативной цепи протекает информация?
6. Как обеспечивается процесс протекания информации по различным каналам коммуникации? Каковы преимущества и недостатки каналов коммуникации?
7. Какие виды обмена информацией используются в коммуникативных процессах?
8. Можно ли общение рассматривать как коммуникативный процесс?
9. По каким критериям можно оценивать эффективность коммуникативного процесса?
10. Какие виды аргументации используются в межличностных коммуникациях?

ОСНОВНАЯ ЛИТЕРАТУРА

Шарков Ф.И. Основы теории коммуникации. – М., 2003. – С. 72-91.

ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ЛИТЕРАТУРА

1. Резаев А.В. Социология коммуникативных процессов, систем, отношений // Социология и общество. – СПб., 2000.
2. Герберт А. Саймон, Дональд У. Смитбург, Виктор А. Томпсон. Менеджмент в организациях. – М., 1995.
3. Робер М.-А., Тильман Ф. Психология индивида и группы. – М., 1988.
4. Забелин П.В. Основы корпоративного управления концернами. – М., 1998.

ТЕМА 7. КОММУНИКАТИВНАЯ ЛИЧНОСТЬ. КОММУНИКАТОР И КОММУНИКАНТЫ

1. Личность в системе коммуникации. Параметры, типы коммуникативной личности. Понятие языковой личности.
2. Коммуникатор и социологические способы его изучения.
3. Роли коммуникантов в процессе обмена информацией.
4. Общие требования к коммуникатору и адресату (аудитории).
5. Ориентация коммуникатора на потенциальную аудиторию.

ВОПРОСЫ ДЛЯ ОБСУЖДЕНИЯ

1. Как формируется личность?
2. Дайте определение «языковой личности».

3. Назовите основные характеристики теоретико-гносеологической модели языковой личности.
4. Назовите общие признаки, характеризующие языковую и коммуникативную личности, и их различия.
5. Перечислите основные параметры коммуникативной личности.
6. Что такое мотивационный параметр коммуникативной личности?
7. Сформулируйте главные когнитивные характеристики коммуникативной личности.
8. Какие характеристики определяют функциональный параметр коммуникативной личности?
9. Назовите критерии оценки коммуникативной личности как социального феномена.
10. Назовите типы коммуникативной личности и их роль в системе социальной коммуникации.

ОСНОВНАЯ ЛИТЕРАТУРА

Шарков Ф.И. Основы теории коммуникации. – М., 2003. – С. 94-101.

ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ЛИТЕРАТУРА

1. Караулов Ю.Н. Русский язык и языковая личность. – М., 1987.
2. Крысин Л.П. О речевом поведении человека в малых социальных общностях (постановка вопроса) // Язык и личность. – М., 1989.
3. Жинкин Н.И. Речь как проводник информации. – М., 1982.
4. Петренко В.Ф. Психосемантика сознания. – М., 1988.
5. Леонтьев А.Н. Деятельность. Сознание. Личность // Избранные психологические произведения. – М., 1983. – Т. 1.

ТЕМА 8. АУДИТОРИЯ И КОММУНИКАЦИЯ

1. Разовое, кратковременное, длительное (постоянное) взаимодействие коммуникатора с аудиторией.
2. Оптимизация деятельности аудитории. Контакты с целью формирования группового сознания.
3. Ознакомление аудитории с достижениями культуры и искусства.
4. Реакция аудитории на коммуникативное послание.

ВОПРОСЫ ДЛЯ ОБСУЖДЕНИЯ

1. Дайте определение аудитории коммуникации.
2. Что такое обратная связь с аудиторией?
3. Какую роль играет массовая коммуникация в сферах общественных связей и отношений?
4. От чего зависит эффективность коммуникации?

5. По каким причинам возникают барьеры коммуникации? Сделайте их классификацию.
6. Что такое статусный барьер?
7. Что такое абракадабра?
8. Приведите примеры семантических и фонетических барьеров речевой коммуникации.
9. Назовите основные характеристики логического барьера и пути его преодоления.

ОСНОВНАЯ ЛИТЕРАТУРА

Шарков Ф.И. Основы теории коммуникации. – М., 2003. – С. 94-101.

ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ЛИТЕРАТУРА

1. Караулов Ю.Н. Русский язык и языковая личность. – М., 1987.
2. Крысин Л.П. О речевом поведении человека в малых социальных общностях (постановка вопроса) // Язык и личность. – М., 1989.
3. Жинкин Н.И. Речь как проводник информации. – М., 1982.
4. Петренко В.Ф. Психосемантика сознания. – М., 1988.
5. Леонтьев А.Н. Деятельность. Сознание. Личность // Избранные психологические произведения. – М., 1983. – Т. 1.

ТЕМА 9. СОДЕРЖАНИЕ КОММУНИКАЦИИ. СЕМИОТИКА ЯЗЫКА. ЭФФЕКТИВНОСТЬ КОММУНИКАЦИИ

1. Понятие знака. Знак как средство передачи информации различного рода: компоненты значения знака. Символьная коммуникация.
2. Содержание и средства речевой коммуникации. Вариативность языка.
3. Семиотические особенности различных коммуникативных систем. Синтактика, семантика, прагматика.
4. Коммуникативная, интерактивная, перцептивная стороны общения.
5. Понятие эффективности коммуникации. Обратная связь как механизм обеспечения устойчивости и эффективности коммуникации.
6. Барьеры коммуникации и пути их преодоления.
7. Влияние составных частей и конфигурации коммуникативной цепи на эффективность коммуникации.
8. Факторы повышения эффективности межличностной коммуникации.

ВОПРОСЫ ДЛЯ ОБСУЖДЕНИЯ

1. Социальные символы – позитивные и негативные.
2. Что такое семиосоциологическая концепция коммуникации?
3. Кодирование действительности в онтогенезе и филогенезе.
4. Индивидуальное и социальное в общении.

5. Гуманистическая коммуникация.
6. Манипулятивная коммуникация.
7. Ритуальная коммуникация.
8. Коммуникативное пространство и его организация.
9. Рациональное и иррациональное в коммуникации.
10. Функции языка.

ОСНОВНАЯ ЛИТЕРАТУРА

Шарков Ф.И. Основы теории коммуникации. – М., 2003. – С. 105-111, 113-127.

1. ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ЛИТЕРАТУРА

2. Плахова А.В. Символ и социальность // Социология и общество. – СПб., 2000.
3. Логика. Логические основы общения. – М., 1994.
4. Почепцов Г.Г. Теория и практика коммуникации. – М., 1998.
5. Борев В.Ю., Коваленко А.В. Культура и массовая коммуникация. – М. 1986.
6. Эко У. Отсутствующая структура // Введение в семиологию. – СПб., 1998.

СОДЕРЖАНИЕ ДОМАШНЕГО ЗАДАНИЯ №1

При выполнении ДЗ вариант №1 студентам следует подготовить презентацию Power Point, посвященную анализу выбранного типа или средства коммуникации. В качестве возможных тем могут быть рекомендованы следующие:

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?

СОДЕРЖАНИЕ ДОМАШНЕГО ЗАДАНИЯ №2

При выполнении ДЗ вариант №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».

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ВЫПОЛНЕНИЮ КОНТРОЛЬНОГО ДОМАШНЕГО ЗАДАНИЯ

Для самостоятельного выполнения контрольного домашнего задания студентам предоставляется время в рамках их внеаудиторной учебной работы. При подготовке к его выполнению, следует, во-первых, проработать лекционный материал, во-вторых, освоить предложенную учебную литературу, как основную – учебники, учебные пособия, так и дополнительную – статьи, монографии, предложенные студентам для самостоятельного более углубленного изучения учебного курса. В-третьих, нужно помнить о требованиях к оформлению контрольной работы: на титульном листе должны быть отмечены фамилия, имя, отчество студента, название вуза, факультета, кафедры, год. В-четвертых, не нужно забывать про оглавление вашей контрольной работы. В-пятых, необходимо следовать требованиям жанра, в рамках которого пишется контрольная работа, а именно эссе.

Помните, что само слово «эссе» в переводе с французского («essai») означает «опыт», «сочинение», «попытка», «испытание», «набросок». Суть эссе заключается в том, что в нем особым образом излагается определенная концепция, некая «теория», вытекающая из познания ряда лежащих «на поверхности бытия» явлений в той или иной сфере общественной деятельности. В данном случае при анализе феноменов в области коммуникации. Свои рассуждения об этом автор представляет в самом широком плане. Именно преобладание общих суждений и выводов над фактическим материалом является яркой, бросающейся в глаза чертой, отличающей эссе от материалов иных жанров. «Глобальность» – это обычный уровень размышлений эссеиста. Хотя, естественно, в работе должны присутствовать и конкретные факты, эмпирический материал, который является поводом для размышлений и выводов. Смысл рассуждений «глобального» уровня заключается в том, чтобы четче увидеть актуальные, быстроизменяющиеся события в системе более важных, более фундаментальных сущностей, неких закономерностей, на которые в повседневной жизни люди не всегда обращают внимание.

Особенно это касается сферы коммуникации, которая в силу своей специфики, не воспринимается людьми адекватно. В силу существования самых разнообразных мифов, аббераций как индивидуального, так и коллективного сознания. А также особенностей восприятия коммуникативной сферы людьми.

Эссеист как бы заставляет аудиторию на миг «остановиться, оглянуться», чтобы увидеть: в ту ли сторону мы идем? Правильно ли поступаем?

Поскольку основой любого эссе является рассуждение автора, то при его подготовке особое внимание должно быть обращено на логическую сторону размышлений. А это неизбежно требует того, чтобы материал был изложен в соответствии с законами правильного мышления. Абсолютно необходимо, чтобы структура текста была ясной. То есть, чтобы текст сразу вводил в курс дела, содержание было хронологически упорядоченным, чтобы было понятно, что за чем следует, что автор доказывает себе и другим, какие аргументы при этом использует. Нужно чтобы сложные рассуждения сопровождались пояснениями, примерами. Наконец, текст должен обязательно завершаться определенными выводами, которые резюмируют главную мысль автора.

Естественно, работая над контрольной работой, Вы должны обращать внимание на правила орфографии и пунктуации. Если Вы используете какую-то литературу, ссылаетесь на других авторов, это должно быть зафиксировано в ссылках. Объем работы должен быть в пределах двух – пяти страниц. Следует стремиться к изложению своих мыслей понятным и доступным языком, по возможности избегать излишней перегрузки текста сложными терминами, понятиями и т.д. В конце Вашей работы обязательно должен быть приведен список литературы, которую Вы использовали, статьи, учебники, пособия, монографии, художественная литература, сетевые ресурсы и т.п.

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.

СОДЕРЖАНИЕ

От автора.....	3
Тема 1. Исторические вехи возникновения и развития коммуникации	6
Тема 2. Развитие теорий информации и коммуникации	7
Тема 3. Функциональный подход в исследовании сущности массовой информации	8
Тема 4. Межличностные, специализированные и массовые коммуникации. Структурные компоненты коммуникации	8
Тема 5. Типы и модели коммуникации	9
Тема 6. Коммуникативный процесс. Социологические доминанты коммуникации	10
Тема 7. Коммуникативная личность. Коммуникатор и коммуниканты	11
Тема 8. Аудитория и коммуникация	12
Тема 9. Содержание коммуникации. Семиотика языка. Эффективность коммуникации	13
Содержание домашнего задания №1.....	14
Содержание домашнего задания №2.....	15
Методические рекомендации по выполнению контрольного домашнего задания	15
Примерный перечень вопросов к экзамену	16

Редактор Е.В. Гаранина

Печать офсетная	Подписано в печать 26.12.12 г.	0,91 уч.-изд. л.
1,17 усл.печ.л.	Формат 60x84/16	Тираж 70 экз.
	Заказ № 1550/	

Московский государственный технический университет ГА
125993 Москва, Кронштадтский бульвар, д. 20
Редакционно-издательский отдел
125493 Москва, ул. Пулковская, д.6а