

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО ВОЗДУШНОГО ТРАНСПОРТА  
(РОСАВИАЦИЯ)  
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ  
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ГРАЖДАНСКОЙ  
АВИАЦИИ»**

**Кафедра философии и социальных коммуникаций**

**АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ СОВРЕМЕННЫХ КОММУНИКАЦИОННЫХ  
ПРОЦЕССОВ**

**Учебно-методическое пособие**

**для студентов Гуманитарного факультета**

**Направление подготовки: «Реклама и связи с общественностью»**

**Санкт-Петербург**

**2017**

Одобрено и рекомендовано к изданию  
Учебно-методическим советом Университета

Шевцов К.П. **Актуальные проблемы современных коммуникационных процессов:** учебно-методическое пособие [Текст] / К.П. Шевцов – СПб.: Изд-во «КультИнформПресс», 2017. – 24 с.

**Рецензент:** К.А. Очеретяный, кандидат философских наук, доцент

Учебно-методическое пособие издается в соответствии с программой курса «Актуальные проблемы современных коммуникационных процессов», ставит своей задачей оказание помощи студентам дневного обучения в организации их самостоятельной работы, а также содержит ряд требований, предъявляемых к студентам, изучающим теорию коммуникации. Учебный процесс на дневном отделении включает лекции, практические занятия, подготовку докладов и сдачу зачета.

Учебно-методическое пособие составлено в соответствии с государственным стандартом по дисциплине «Актуальные проблемы современных коммуникационных процессов» и предназначено для студентов дневной формы обучения СПбГУ ГА.

© Шевцов К.П., текст, 2017

© Изд-во «КультИнформПресс», 2017

#### **Цели и задачи дисциплины:**

Целью освоения дисциплины «Актуальные проблемы современных коммуникационных процессов» является ознакомление с основными понятиями и концептуальными схемами, раскрывающими природу, элементы и интегральную структуру коммуникационного процесса.

Для достижения поставленной цели в рамках дисциплины решаются следующие **задачи**:

- изучение основных понятий и законов теории коммуникации;
- формирование представления об историческом становлении теории коммуникации;
- освоение современных подходов к изучению коммуникации;
- понимание форм и уровней социальной коммуникации;
- развитие практических навыков применения полученных знаний в практике рекламных коммуникаций и связей с общественностью.

Дисциплина обеспечивает подготовку выпускника к коммуникационной и рекламно-информационной, рыночно-исследовательской и прогнозно-аналитической видам профессиональной деятельности.

#### **Требования к результатам освоения дисциплины**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование и развитие следующих компетенций:

1. способность использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции;
2. способность принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий.

#### **В результате изучения дисциплины студент должен:**

##### **Знать:**

- структурные элементы и законы коммуникационных процессов;
- основные типы поведения субъектов коммуникации;
- значение коммуникационных взаимодействий для выработки мировоззренческой позиции;
- принципы планирования, подготовки и проведения коммуникационных кампаний и мероприятий.

##### **Уметь:**

- применять базовые понятия теории коммуникации к анализу корпоративных и личных отношений в сфере бизнеса;
- осуществлять анализ языка, коммуникативных интенций рекламного текста;
- использовать логику коммуникационных взаимодействий для выработки мировоззренческой позиции;
- применять на практике принципы планирования, подготовки и проведения коммуникационных кампаний и мероприятий.

##### **Владеть:**

- навыками герменевтической и аналитической работы с текстами;
- инструментами планирования и моделирования коммуникативных стратегий;
- методами анализа коммуникативных взаимодействий для выработки мировоззренческой позиции;
- инструментами аналитической и организационной работы для подготовки концепций и планов рекламных кампаний и коммуникационных программ.

Обеспечение учебного процесса литературой осуществляется при посредстве учебных пособий:

Подписано в печать 29.03.2017г. Формат 60x84/16  
У.п.л. 1,5. Уч.-изд.л 1,5. Тир. 100экз.  
Отпечатано в типографии ООО «Турусел»  
197376, Санкт-Петербург, ул. Профессора Попова д.38.  
toroussel@mail.ru  
Зак. № 13926 от 29.03.2017г.

3. Гавра, Д. П. Основы теории коммуникации: учебник для академического бакалавриата/Д. П. Гавра. — 2-е изд., испр. и доп. — М.: Издательство Юрайт, 2017. — 282 с. — (Серия: Бакалавр. Академический курс).

## **ПРОГРАММА ЛЕКЦИОННОГО КУРСА**

### **ТЕМА 1. ВВЕДЕНИЕ**

Коммуникация как проблема: социо-экзистенциальная проблематизация и проблемы ее теоретической артикуляции. Концептуальные основания возникновения теории коммуникации. Теория коммуникации: поле или дисциплина, онтологическая концепция или оперативная модель? Границы и пороги исследования коммуникативных процессов (тематические, концептуальные и дисциплинарные границы). Теория коммуникации как мультидисциплинарный проект и его особенности (философия, социология, история, психология, лингвистика, логика, риторика, дискурсивный анализ, семиотика и т.п.). Принципиальный методологический дизайн философской теории коммуникации.

### **ТЕМА 2. ЯЗЫК И КОММУНИКАЦИЯ В ПОЛЕ СОЗНАНИЯ.**

Феноменология опыта мышления и познания как основа коммуникации. Акты означивания, придания значения и указания. Концептуальное различие знака, меты, клейма, признака. Понятие знака как выражение смысла. Интенциональная мотивация в конституировании смысла знака. Смысл и значение знака в актах коммуникации. Выражение и значение: знак как выражение смысла. Феноменологическое и интенциональное различие актов выражения в коммуникации: акты наделения значением и исполнения значения. Феноменологическое единство актов явления выражения и интенции значения. Дескриптивное различие между физическим явлением знака и интенцией значения. Символические интенции выражения как категорially оформленные единства. Содержание знака как интендирующий смысл, как осуществляющийся смысл и как предмет.

### **ТЕМА 3. ОБЪЕКТИВНОСТЬ КАК ИНТЕРСУБЪЕКТИВНОСТЬ**

Интерсубъективное конституирование в объективных сущностях в актах коммуникации. Конститутивная функция пассивных синтезов и генезисов и интерсубъективности в коммуникативных практиках. Инстанция Чужого и его трансформация в alter ego в ходе учреждения интерсубъективных сообществ. Чужой как имманентная трансцендентность. Учреждение трансцендентальной интерсубъективности (трансцендентального Мы): опыт тела, конституирование «общего пространства», интенционального и темпорального сообщества. Единое трансцендентальное поле смысла как условие возможности конституирования высших форм сообществ.

### **ТЕМА 4. ТЕМАТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ КОММУНИКАТИВНЫХ ФЕНОМЕНОВ**

Habitus как тематическая идентификация субъекта. Акты взаимопонимания и герменевтический опыт. Герменевтический феномен (ситуация) как отношение между мышлением и речью. Речь как объединение говорящего и слушающего. Внутреннее единство мысли и языка как предпосылка герменевтики как единство понимания и истолкования в герменевтическом феномене.

### **ТЕМА 5. РЕЧЕВОЕ ИЗМЕРЕНИЕ КОММУНИКАЦИИ**

Интерпретация коммуникации на основе синтеза философии сознания и философии действия – речь, речевое действие. Принцип использования языка и языковых игры в практиках общения. Понятия языкового правила и речевого действия. Здравый смысл и повседневный язык. Языковое взаимопонимание: согласованность определений и согласованность суждений. Взаимосвязь условий значимости речи и всеобщих структур коммуникативного действия.

- 104 Тезаурус – полезная внутренняя информация системы о себе и об окружающей ее среде; запас информации; одноязычный толковый или тематический словарь, максимально охватывающий лексику данного языка; словарь, в котором слова структурированы по предметно-тематическому принципу.
- 105 Текст – словесная часть сообщения; упорядоченный в соответствии с правилами языка набор знаков. В широком смысле текст – любое произведение духовной культуры. Текст как семиотическая система изучается дисциплинами – текстологией, герменевтикой, поэтикой.
- 106 Теория зависимости – одна из теорий коммуникации, согласно которой люди склонны полностью полагаться на СМИ в вопросах, о которых не могут получить информацию непосредственно.
- 107 Теория коммуникации – система основных идей в коммуникативистике, дающих целостное представление о тех или иных закономерностях и взаимосвязях.
- 108 Теория массы – теория, объясняющая поведение человеческих множеств, члены которых объединены лишь присутствием в одном месте в одно время и взаимодействие между которыми имеет характер усиления взаимных эмоций.
- 109 Теория общественного мнения – совокупность концепций и взглядов о природе, роли и значении в обществе оценочных суждений групп людей относительно проблем, событий и фактов.
- 110 Троп – оборот речи, используемый в переносном смысле; изменение собственного значения слова или словесного оборота в другое, при котором значение обогащается. Основные тропы: метафора (основана на принципе сходства), метонимия (принцип смежности), синекдоха (использование части для обозначения целого), гипербола (принцип преувеличения), литота (принцип преуменьшения) и др.
- 111 Утечка информации – прием распространения информации источником с целью манипуляции общественным мнением, когда «утечку» всегда можно либо опровергнуть, либо подтвердить.
- 112 Фасцинация – специально организованное вербальное воздействие, предназначенное для уменьшения потерь семантически значимой информации при восприятии сообщения реципиентами.
- 113 Фокус-группа – избранная по определенным признакам аудитория для изучения реакции на ту или иную информацию, действия; метод сбора информации с помощью специально подобранной аудитории.
- 114 Читательность – степень понимания реципиентом письменного сообщения.
- 115 Штурм мозговой – методика стимуляции творческой активности и продуктивности; специально организуемое коллективное обсуждение проблемы при полной свободе выдвижения фактов и предложений по решению.
- 116 Экфрасис – литературное/текстовое описание произведения искусства, архитектуры; вербальное представление визуального образа.
- 117 Эхо-фраза – выражение, стоящее в конце текстового обращения, которое повторяет (дословно или по смыслу) заголовок или основной мотив обращения. Основная функция – закрепить в сознании яркую образную информацию. Особенно эффективна в текстах большого объема.
- 118 Язык – знаковая система, упорядоченная набором синтаксических, семантических и прагматических правил.
- 119 Язык естественный \ разговорный – исторически сложившаяся в человеческом обществе и постоянно развивающаяся система членораздельных звуковых знаков; наиболее развитая знаковая система, созданная человеком; язык, сложившийся в ходе общественной практики у того или иного народа и выступающий важнейшим. Как средство общения язык – явление социальное.
- 120 Языковая личность – совокупность способностей и характеристик человека, обуславливающих создание и восприятие им речевых текстов. Вербально-семантическая характеристика личности складывается из запаса слов и словосочетаний, которыми пользуется личность. Когнитивная характеристика личности связана с ее мыслительно-познавательной деятельностью. Прагматическая (мотивационная) характеристика определяется намерениями, мотивами, установками коммуникантов.

Конвенциональность и интенциональность речевых актов. Иллокутивные и перлокутивные речевые акты. Теория аргументации как оправдание значимых речевых претензий. Языковой и институциональный смысл перформативных выражений. Интросубъективность коммуникативного разума как процедурное единство. Идея конвенционализма как квазитрансцендентальное условие возможности коммуникации как таковой. Анализ обыденного языка и создание логико-лингвистических карт.

#### **ТЕМА 6. ДИСКУРСИВНЫЕ ПРАКТИКИ В КОММУНИКАЦИИ**

Различение «языка» (langue), «речи» (parole) и «речевой деятельности» (langage) и его концептуально-аналитические эффекты. Понятие языковой единицы. Означающее и означаемое. Знак как ценность. Семиотическое тождество. Синхрония и диахрония. Различение языка, речи и дискурса. Понятие субъекта дискурса, поля артикуляции и поля видения.

#### **ТЕМА 7. ДИСКУРС, ИНСТАНЦИИ ВЛАСТИ И ТЕХНИКИ ИДЕНТИФИКАЦИИ ИНДИВИДА В ПРОЦЕССАХ КОММУНИКАЦИИ**

Формы и типы связанности дискурсивных практик, очагов власти и техник конструирования идентичности в коммуникативных процессах. Топологичность дискурсивных практик. Дискурс как компонент дисциплинарных практик сборки тел. Типы дискурсивных логик. Дисциплинарные практики и топология коммуникации.

#### **ТЕМА 8. ЯЗЫК И КОММУНИКАЦИЯ КАК ОНТОЛОГИЧЕСКИЕ СОБЫТИЯ**

Онтологическая и экзистенциальная определенность процессов коммуникации - желание, воля и власть в коммуникативных процессах.

Язык как бытийная возможность здесь-бытия. Язык как устройство онтолого-экзистенциальной разметки мышления и действительности. Практики признания и учреждение институций коммуникативных феноменов. Язык как «дом бытия». Речь в актах трансцендирования здесь-бытия. Бытийная интенсивность языка и речи. Речь и «болтовня», онтологические интенции das Man. Принципы историзма, исторические априоры коммуникации и ее социально-онтологическая обусловленность. Онтология семиотического бессознательного и инстанции анонимности в коммуникации. Феномен представительства.

#### **ТЕМА 9. АКТЫ РЕЧИ КАК ЭКЗИСТЕНЦИАЛЬНЫЙ НАСТРОЙ, ПОНИМАНИЕ И ИСТОЛКОВАНИЕ**

Экзистенциальность и очевидности коммуникативного опыта: желание, доверие, недоверие, солидарность, вражда, страх, ужас, ненависть, любовь, власть и т.д.; истина и ложь как конститутивы коммуникации и как экзистенциальные, эпистемические и моральные условия общения. Мифический срез коммуникации. Коммуникация как опыт трансцендирования здесь-бытия Я и бытие-с-другими, опознание и признание другого. Онтологические регистры диалога, позиционности, дистанции, тела в опыте коммуникации. Инстанции Чужого. Концептуальные пределы онтологического истолкования коммуникации.

#### **ТЕМА 10. КОММУНИКАЦИЯ В СИМВОЛИЧЕСКОМ ИЗМЕРЕНИИ**

Инструментальное обесценивание языка в Новое время. Понятие символа и его интерпретации. Онтологическая точность символического и императив экзистенциальных инвестиций. Понятие символического архива. Символическая структурированность топологии и темпоральности коммуникации. Символические оболочки тел и коммуникативные

стратегии. Символическое и знаковое в конституировании коммуникативных феноменов. Семиозис как условие возможности общения. Понятия «сема», «символ» и знак. Семиотическое как ценность. Синхрония и диахрония. Телесные практики и семиозис. Символические особенности темпоральных и топологических разметок коммуникативных практик. Коммуникация как игра. Трансцендентально-символическая аналитика и герменевтические практики в коммуникации.

Десимволизация ее эффекты в коммуникативных эффектах. Десимволизация и новоевропейская цивилизация как «институционализация астенции». Проблематизация ценности здесь-бытия, морали, истины и их эффекты для конституирования коммуникативных сообществ.

## ТЕМА 11. ИНСТРУМЕНТАЛЬНОЕ ОБЕСЦЕННИВАНИЕ ЯЗЫКА В НОВОЕ ВРЕМЯ

«Смерть Бога» и «смерть человека» и их эффекты для сборки коммуникативных феноменов: das Man, разрушение здесь-бытия, ограничение сегментов его существования, опустошение языка, эрозия нравственной и этической ответственности в использовании языка и актах говорения. Инструментальное обесценивание языка в Новое время. Деонтологизация, смещение к пансемиотизму, универсализация, массовизация и анонимизация адресата, виртуальность отправителя. Множественная резонирующая сеть инстанций коммуникации. Понятия «массы», «массовой коммуникации» и «информации». Феномен масс-медиа и условие его возможности. Специфика коммуникативных процессов в различных современных социальных и жизненных мирах (наука, культура, политика, экономика, жизненные миры).

### ПРАКТИЧЕСКИЕ ЗАНЯТИЯ

Предлагаются типовые планы практических занятий по одиннадцати темам программы курса. После каждой темы дается список литературы. Распределение учебных часов, добавление или исключение тем или вопросов осуществляется преподавателями, ведущими занятия на потоках.

#### Практическое занятие 1. Введение в предмет

1. Коммуникация как проблема: социоэкзистенциальная проблематизация и проблемы ее теоретической артикуляции.
2. Концептуальные основания возникновения теории коммуникации. Теория коммуникации: поле или дисциплина, онтологическая концепция или оперативная модель?
3. Границы и пороги исследования коммуникативных процессов (тематические, концептуальные и дисциплинарные границы).
4. Теория коммуникации как мультидисциплинарный проект и его особенности (философия, социология, история, психология, лингвистика, логика, риторика, дискурсивный анализ, семиотика и т.п.). Принципиальный методологический дизайн философской теории коммуникации.

#### Основная литература

1. Гавра, Д.П. Основы теории коммуникации[Текст]: Учебное пособие. СПб.: Питер, 2011.
2. Гнатюк, О.Л. Основы теории коммуникации[Текст]: Учебное пособие. М.: КНОРУС, 2010.
3. Коноваленко М.Ю., Коноваленко В.А. Теория коммуникации[Текст]: Учебник для бакалавров. Гл. 6. Межличностная коммуникация. М.: Издательство Юрайт, 2012.

#### Дополнительная литература

1. Назарчук А. Теория коммуникации в современном обществе[Текст]. — М.: Прогресс-Традиция, 2009.

- 83 Проксемика – научное направление, изучающее различия в привычках и ощущениях людей, связанные с межличностным расстоянием в рамках одной культуры, а также при взаимодействии различных культур.
- 84 Рейтинг – показатель предпочтения по определенному признаку.
- 85 Реклама – специально подготовленная информация о потребительских свойствах товаров и услуг с целью создания спроса на них.
- 86 Реклама контекстная – реклама в интернете, содержание которой зависит от запроса пользователя к поисковой системе. Поскольку подобная реклама показывается только тем, кто целенаправленно ищет информацию на тему запроса, её эффективность выше обычной.
- 87 Репутация, реноме – приобретенная организацией или личностью общественная оценка, создавшееся мнение о качествах, достоинствах и недостатках; установившееся мнение о ком-либо, чем-либо.
- 88 Референтная группа – группа, оказывающая прямое или косвенное влияние на отношение или поведение человека.
- 89 Речевая деятельность – система целенаправленных; мотивированных речевых действий в социально значимых ситуациях, обусловленных правилами речевого поведения и нормами речи.
- 90 Самоописание организации – коммуникативное явление; письменный или устный текст, который используют члены организации, ссылаясь на нее как на нечто целое. Примеры самоописаний – название, слоган, миссия, кодекс. Формы самоописания организации – метафорическое (когда организация описана в терминах “чего-то другого”, например, организация как семья) и буквальное (противоположное метафорическому) самоописание.
- 91 Семантика – раздел семиотики и логики; изучает значение единиц языка (слов, сочетания слов), смысловое содержание знаков и их комбинаций.
- 92 Семиотика – наука, исследующая свойства знаков и знаковых систем в обществе (естественные и искусственные языки; относящиеся к знакам явления культуры), самом человеке (зрительное и слуховое восприятие и др.), природе (коммуникации в мире животных). При семиотическом подходе выделяют три уровня исследования знаковых систем: 1) синтактика; 2) семантика; 3) прагматика. Автор термина “семиотика” – Ч. Пирс.
- 93 Синтактика – раздел семиотики; изучает структурные свойства знаковых систем, особенности строения знаков, правила их построения и правила составления их комбинаций (синтаксис знаковых систем).
- 94 Синонимы – разные знаки, обозначающие один объект.
- 95 Слово – основная единица языка, служащая для наименования предметов и их свойств, явлений, отношений.
- 96 Социализация вторичная – освоение индивидуумом социальных норм исходя не из жизненного опыта, а посредством СМИ-новостей с их собственными кодами, временем и пространством. Вторичной социализации, минуя первичную, могут подвергаться люди, не имеющие собственного жизненного опыта.
- 97 Социокоммуникация (социальная коммуникация) – коммуникативная деятельность людей в социальной среде, формирующая социальные отношения, обусловленные социальными нормами и оценками; взаимодействие людей, обусловленное рядом социально значимых оценок, конкретных ситуаций, коммуникативных сфер и норм общения, принятых в данном обществе.
- 98 Социолингвистика – наука, изучающая социальные аспекты языка и речи. Развивается на стыке языкознания, социологии, социальной психологии и этнографии, исследующей проблемы, связанные с социальной природой языка, его общественными функциями и воздействием социальных факторов на язык.
- 99 Социология массовой коммуникации – отрасль социологии, изучающая закономерности массовых информационных процессов и деятельности социальных институтов, формирующих и распространяющих массовую информацию.
- 100 Соционика – отрасль знания, изучающая происходящие в обществе информационные процессы.
- 101 Структуризация знаний – выделение смысловых компонентов текста и установление связей между ними.
- 102 Суггестия – внушение; способность некоторых знаковых форм и их сочетаний воздействовать на сознание, эмоции реципиентов.
- 103 Табу – запрет на использование в сценариях, рекламе отдельных слов или действий; вводится спонсором, вещательной организацией, редакцией.

- (ритуальных, обрядовых) действий, жестов. Невербальные концепты лежат в основе «стереотипов поведения» людей, позволяющих отличить членов «своего» этноса от «чужих».
- 67 Культура корпоративная – система формальных и неформальных правил и норм деятельности, обычаев и традиций, индивидуальных и групповых интересов, особенностей поведения членов корпорации, отличающихся стилем поведения, отношением к работе, уровнем взаимного сотрудничества, степенью идентификации корпоративных членов с целями корпорации; система материальных и духовных ценностей, проявлений, взаимодействующих между собой, присущих данной корпорации, отражающих ее индивидуальность и восприятие себя и других в социальной и вещественной среде, проявляющаяся в поведении, взаимодействии, восприятии себя и окружающей среды.
- 68 Лидеры мнений – люди, которые способны оказывать сильное влияние на установки или поведение других индивидов в нужном направлении, имеют доступ к внешним источникам информации, могут обеспечить контакты между группами людей и лидерами, достаточно доступны для последователей, сами являются приверженцами норм, существующих в возглавляемых ими группах или сообществах.
- 69 Лоббирование – деятельность, имеющая целью влиять на результаты законотворчества и решений в органах власти.
- 70 Манипулирование – скрытое управление поведением социальных групп и индивидов против их воли с целью получения манипулятором односторонних преимуществ; система приемов и способов воздействия на сознание с целью навязывания каких-либо идей или введения в заблуждение.
- 71 Ментальность, менталитет – образ мышления личности или общественной группы, присущая им духовность; мировосприятие, совокупность этнокультурных, общественных навыков и духовных установок, стереотипов. Термин говорит о разнице восприятия между людьми разных политических систем, их оценок и взглядов, обусловленных образом жизни, воспитанием, образованием, культурой.
- 72 Мотивация – побуждения, вызывающие активность индивидуума и определяющие ее направленность.
- 73 Назализация – приобретение звуком носового тембра, негативные окolorечевые характеристики; звуки, паузы, слова-паразиты.
- 74 Название марочное – часть торговой марки, которую можно произнести вслух.
- 75 Обратная (коммуникативная) связь, ответная реакция – элемент коммуникации; набор откликов получателя, возникших в результате контактов с обращением; связь от реципиента к коммуникатору, направленная на контроль за результатом коммуникативного воздействия и создающая предпосылки для наиболее оптимального планирования воздействия.
- 76 Общение – межличностное взаимодействие людей. Основа общения – межгрупповые либо внутригрупповые межличностные ролевые отношения, либо отношения индивида с социальной группой, общностью, системой, организацией или обществом в целом.
- 77 Общественное мнение – проявление общественного сознания, в котором отражается отношение больших социальных групп, народа, социальной системы, общества в целом к явлениям, представляющим общественный интерес. Проявляется как в отношениях, так и в поведении людей и различных социальных образований – социальных групп, организаций, систем, институтов, наций, этносов, классов и др.
- 78 Паблсити (публичность) – известность, самореклама; различные действия по привлечению внимания, в том числе СМИ.
- 79 Персонификация – одушевление. Представление отвлеченного понятия в человеческом образе, часто – для оживления образа. Пример – рассказ от лица товара.
- 80 Перцепция – восприятие, представление, отражение.
- 81 Прагматика – раздел семиотики; изучает отношения знаков и знаковых систем и употребляющих их индивидов; теория употребления языка; совокупность факторов, определяющих использование языка его носителями.
- 82 Представительная выборка – метод оценки аудитории, в основе которого лежит изучение сравнительно небольшой части ее типичных представителей.

2. Пиз А, Пиз Б Язык телодвижений. М.: Эксмо, 2006.

## **Практическое занятие 2. Язык и коммуникация в поле сознания.**

1. Феноменология опыта мышления и познания как основа коммуникации.
2. Акты означивания, придания значения и указания.
3. Концептуальное различие знака, меты, клейма, признака.
4. Интенциональная мотивация в конституировании смысла знака.
5. Смысл и значение знака в актах коммуникации. Выражение и значение: знак как выражение смысла.
6. Феноменологическое и интенциональное различие актов выражения в коммуникации: акты надления значением и исполнения значения. Феноменологическое единство актов явления выражения и интенции значения.
7. Дескриптивное различие между физическим явлением знака и интенцией значения.
8. Символические интенции выражения как категориально оформленные единства.

### **Основная литература**

1. Гавра, Д.П. Основы теории коммуникации[Текст]: Учебное пособие. СПб.: Питер, 2011.
2. Гнатюк, О.Л. Основы теории коммуникации[Текст]: Учебное пособие. М.: КНОРУС, 2010.

### **Дополнительная литература**

1. Крейдлин Г, Кронгауз М. Семиотика, или Азбука общения[Текст]. – М.: Флинта, Наука, 2004.
2. Назарчук А. Теория коммуникации в современном обществе[Текст]. — М.: Прогресс-Традиция, 2009.

## **Практическое занятие 3. Объективность как интерсубъективность**

1. Интерсубъективное конституирование в объективных сущностях в актах коммуникации.
2. Конститутивная функция пассивных синтезов и генезисов и интерсубъективности в коммуникативных практиках.
3. Инстанция Чужого и его трансформация в alter ego в ходе учреждения интерсубъективных сообществ. Чужой как имманентная трансцендентность.
4. Учреждение трансцендентальной интерсубъективности (трансцендентального Мы): опыт тела, конституирование «общего пространства», интенционального и темпорального сообщества.
5. Единое трансцендентальное поле смысла как условие возможности конституирования высших форм сообществ.

### **Основная литература**

1. Гавра, Д.П. Основы теории коммуникации[Текст]: Учебное пособие. СПб.: Питер, 2011.
2. Гнатюк, О.Л. Основы теории коммуникации[Текст]: Учебное пособие. М.: КНОРУС, 2010.

### **Дополнительная литература**

1. Крейдлин Г, Кронгауз М. Семиотика, или Азбука общения[Текст]. – М.: Флинта, Наука, 2004.
2. Назарчук А. Теория коммуникации в современном обществе[Текст]. — М.: Прогресс-Традиция, 2009.

**Практическое занятие 4. Тематический анализ  
коммуникативных феноменов**

1. Habitus как тематическая идентификация субъекта.
2. Акты взаимопонимания и герменевтический опыт.
3. Герменевтический феномен (ситуация) как отношение между мышлением и речью.
4. Речь как объединение говорящего и слушающего.
5. Внутреннее единство мысли и языка как предпосылка герменевтики как единства понимания и истолкования в герменевтическом феномене.

**Основная литература**

1. Гавра, Д.П. Основы теории коммуникации[Текст]: Учебное пособие. СПб.: Питер, 2011.
2. Гнатюк, О.Л. Основы теории коммуникации[Текст]: Учебное пособие. М.: КНОРУС, 2010.

**Дополнительная литература**

1. Крейдлин Г, Кронгауз М. Семиотика, или Азбука общения[Текст]. – М.: Флинта, Наука, 2004.
2. Назарчук А. Теория коммуникации в современном обществе[Текст]. — М.: Прогресс-Традиция, 2009.

**Практическое занятие 5. Речевое измерение  
коммуникации. Часть 1.**

1. Интерпретация коммуникации на основе синтеза философии сознания и философии действия – речь, речевое действие.
2. Принцип использования языка и языковых игры в практиках общения.
3. Иллокутивные и перлокутивные речевые акты.
4. Теория аргументации как оправдание значимых речевых претензий.

**Основная литература**

1. Гавра, Д.П. Основы теории коммуникации[Текст]: Учебное пособие. СПб.: Питер, 2011.
2. Гнатюк, О.Л. Основы теории коммуникации[Текст]: Учебное пособие. М.: КНОРУС, 2010.

**Дополнительная литература**

1. Крейдлин Г, Кронгауз М. Семиотика, или Азбука общения[Текст]. – М.: Флинта, Наука, 2004.
2. Назарчук А. Теория коммуникации в современном обществе[Текст]. — М.: Прогресс-Традиция, 2009.

**Практическое занятие 6. Речевое измерение  
коммуникации. Часть 2**

1. Языковой и институциональный смысл перформативных выражений.
2. Интросубъективность коммуникативного разума как процедурное единство.
3. Идея конвенционализма как квазитрансцендентальное условие возможности коммуникации как таковой.

социальными структурами общества, передачи культурного наследия, развлекательная, мобилизующая, функция оптимизации деятельности общества, формирования группового сознания, социального контроля, социализации личности.

- 56 Коммуникация вербальная – взаимодействие, построенное на лексически выделенных единицах (словах): устное (речевое) и письменное (текстовое). Виды вербального общения: познавательное (когнитивное) – осуществляется с целью освоения новой информации и применения ее в практической деятельности; убеждающее – ставит цель вызвать у партнеров по общению определенные чувства и сформировать ценностные ориентации и установки, убедить в правомерности тех или иных стратегий взаимодействия; сделать своим единомышленником; экспрессивное – осуществляется с целью сформировать у партнера психоэмоциональный настрой, передать чувства, переживания, побудить к необходимому социальному действию; суггестивное – ставит цель оказать внушающее воздействие на партнера для изменения его поведения, смены установок, ценностных ориентаций; ритуальное – ведется для закрепления и поддержания конвенциональных отношений, регуляции социальной психики в группах, сохранения ритуальных традиций фирмы, корпорации и др.
- 57 Коммуникация визуальная – взаимодействие с помощью видимых символов. В отличие от вербальной, визуальная коммуникация не обладает заранее установленными, лексически выделенными единицами.
- 58 Коммуникация невербальная, средства – языки флажков, дыма и др.; вышивка, орнаменты, фольклорные образы, использующие символы и знаки. В межличностном общении – поза, жесты, мимика и пр.
- 59 Коммуникация кризисная – взаимодействие субъектов в условиях резкого изменения хода коммуникативного процесса, вызвавшего затруднения в привычном обмене сообщениями.
- 60 Коммуникация массовая – а) система взаимосвязей, позволяющая получить почти одновременный доступ к социально значимым сообщениям большой аудитории независимо от места расположения, положения, социального статуса (СМИ, Интернет); б) одновременное нахождение большой аудитории в ограниченном пространстве, позволяющем осуществлять взаимодействие (коммуникацию) с лидерами мнений (митинги, шествия, концерты). Признаки массовой коммуникации: 1) массовость аудитории; 2) однородность аудитории; 3) одновременность потребления информации; 4) быстрое распространение информации; 5) относительно небольшая потребительская стоимость информации; 6) включение обратной связи в процесс взаимодействия.
- 61 Коммуникация межкультурная – общение своих и чужих носителей культуры и языка.
- 62 Коммуникограмма – диаграмма, отражающая систему связей между структурными элементами в организации или иной социальной системе. Позволяет составить структурные сети организации, проследить динамику связей между составляющими компонентами в процессе обмена информацией, выявить возможные изменения в системе коммуникации.
- 63 Компендиум – сокращенное изложение основных положений.
- 64 Контекст – относительно законченный отрывок письменного или устного текста, общий смысл которого позволяет уточнить (установить) значение и употребление входящих в него слов и словосочетаний.
- 65 Контент-анализ – анализ текста с целью содержательной интерпретации выявленных закономерностей. Количественный контент-анализ – получение количественных характеристик содержания с целью последующей содержательной интерпретации выявленных числовых закономерностей. Качественный контент-анализ – основан на использовании нечастотной модели содержания текста и позволяет выявить типы качественных характеристик содержания текста вне зависимости от частоты встречаемости каждого из этих типов. Концептуальный контент-анализ – анализ текстов с использованием наборов слов, объединенных по определенному основанию (категорий). Основа контент-анализа – подсчет встречаемости некоторых компонентов в анализируемом информационном массиве, дополняемый выявлением статистических взаимосвязей и анализом структурных связей между ними.
- 66 Концепт – основная единица культурной и межкультурной коммуникации. В концепте раскрывается смысл обозначаемого им феномена. Концепт имеет вербальную и невербальные формы, раскрывается лишь в ситуации коммуникации. Например, в вербально выраженной форме концепты выступают в виде ключевых слов, метафор, образов данного языка и данной культуры. В невербальной форме концепты представляют собой ряд значимых



- 40 Кибернетика – наука об общих законах преобразования информации (управление, связь, переработка, регулирование) в сложных системах (живых организмах, машинах и обществе). Включает разделы – информационная теория, теория алгоритмов, теория автоматов, исследование операций, теория оптимального управления, теория распознавания образов.
- 41 Кинесика – совокупность жестов, телодвижений и поз, используемых в процессе общения.
- 42 Код – система условных знаков, символов, правил передачи информации по каналам связи.
- 43 Кодирование – элемент коммуникации; процесс представления идеи в символической форме.
- 44 Коммуникабельность, коммуникативная способность – общительность, психологическая совместимость, способность, predisposedness к общению, коммуникации. Включает в себя умение слушать и понимать, оказывать влияние, устанавливать взаимоотношения.
- 45 Коммуникативистика – наука, изучающая гуманитарные аспекты развития информационных систем и средств, характер, формы, результаты их воздействия на общественную жизнь.
- 46 Коммуникативная личность – личность, умеющая выбирать условия передачи информации в конкретной ситуации и адекватно воспринимать информацию.
- 47 Коммуникативная перегрузка – ситуация, когда объем поступающей информации превышает возможности каналов коммуникации, механизмов обработки информации или же коммуникативные потребности сторон.
- 48 Коммуникативная установка – состояние predisposedness субъекта к осуществлению коммуникации.
- 49 Коммуникативная харизма – способность вдохновлять людей на взаимодействие между собой и с общественностью.
- 50 Коммуникативная цель, цель коммуникации – планируемый результат, ориентиры, на достижение которых направлена коммуникативная деятельность.
- 51 Коммуникативное (коммуникационное) пространство – территория, пространство, среда, в пределах которой происходит процесс коммуникации.
- 52 Коммуникативные методы выработки решений – методы взаимодействия ведущего (коммуникатора) с группой (формальной, неформальной, искусственно созданной, экспертной и т. д.) для коллективной выработки решений. Наиболее распространены мозговой штурм, групповая динамика, взаимная интерпретация, групповая саморефлексия, синектика, конференция идей, модерация, фасилитация, работа по содержанию, игровые методы, метод социодрамы.
- 53 Коммуникации модели – действие (односторонний процесс передачи сигналов без осуществления обратной связи), взаимодействие (двусторонний процесс обмена информацией), коммуникативный процесс (коммуниканты поочередно и непрерывно выступают в роли источника и получателя информации). Модели коммуникаций структурируются по различным основаниям (социологические, психологические, семиотические). Г. Почепцов выделяет литературные, театральные, герменевтические, фольклорные, культурологические, прагматические, нарративные, текстовые, философские, игровые, антропологические, вещественные, деконструктивистские, постструктуралистские, математические, кибернетические, разведывательные, конфликтологические и др. коммуникации. Все модели можно структурировать по функциям, содержанию, форме, целям и задачам.
- 54 Коммуникации направления – вертикальные (восходящие и нисходящие) и горизонтальные коммуникации. В нисходящем направлении информационные связи инициируются более высоким уровнем коммуникации, в восходящем – более низким. Горизонтальные К. осуществляются между людьми, группами, находящимися на одном иерархическом (производственном, социальном) уровне.
- 55 Коммуникация – процесс взаимодействия и способы общения, позволяющие создавать, передавать и принимать информацию от источника к получателю посредством определенного канала; процесс достижения понимания (А. Баркер). Между людьми коммуникация осуществляется в форме общения. Функции коммуникации – апеллятивная, взаимодействия, волеизъявительная, воздействия, информационная, перформативная, побудительная, прагматическая, регулирующая, ритуальная, самопрезентации, установления контакта, экспрессивная. Массовой коммуникации отводится функция обозрения окружающего мира, корреляции с

4. Анализ обыденного языка и создание логико-лингвистических карт.

#### Основная литература

1. Гавра, Д.П. Основы теории коммуникации[Текст]: Учебное пособие. СПб.: Питер, 2011.
2. Гнапюк, О.Л. Основы теории коммуникации[Текст]: Учебное пособие. М.: КНОРУС, 2010.

#### Дополнительная литература

1. Крейдлин Г, Кронгауз М. Семиотика, или Азбука общения[Текст]. – М.: Флинта, Наука, 2004.
2. Назарчук А. Теория коммуникации в современном обществе[Текст]. — М.: Прогресс-Традиция, 2009.

#### Практическое занятие 7. Дискурсивные практики в коммуникации. Часть 1

1. Различение «языка» (langue), «речи» (parole) и «речевой деятельности» (langage) и его концептуально-аналитические эффекты.
2. Понятие языковой единицы.
3. Означающее и означаемое.
4. Знак как ценность.
5. Семиотическое тождество.
6. Синхрония и диахрония.

#### Основная литература

1. Гавра, Д.П. Основы теории коммуникации[Текст]: Учебное пособие. СПб.: Питер, 2011.
2. Гнапюк, О.Л. Основы теории коммуникации[Текст]: Учебное пособие. М.: КНОРУС, 2010.

#### Дополнительная литература

1. Корнилов О.А. Контексты межкультурной коммуникации[Текст]: учебное пособие / О. А. Корнилов. - М.: ИД «ЖДУ», 2015.
2. Крейдлин Г, Кронгауз М. Семиотика, или Азбука общения[Текст]. – М.: Флинта, Наука, 2004.
3. Назарчук А. Теория коммуникации в современном обществе[Текст]. — М.: Прогресс-Традиция, 2009.

#### Практическое занятие 8. Дискурсивные практики в коммуникации. Часть 2

1. Различение языка, речи и дискурса.
2. Понятие субъекта дискурса, поля артикуляции и поля видения.
3. Понятия языкового правила и речевого действия.
4. Здравый смысл и повседневный язык.
5. Языковое взаимопонимание: согласованность определений и согласованность суждений.
6. Взаимосвязь условий значимости речи и всеобщих структур коммуникативного действия.
7. Конвенциональность и интенциональность речевых актов.

#### Основная литература

1. Гавра, Д.П. Основы теории коммуникации[Текст]: Учебное пособие. СПб.: Питер, 2011.
2. Гнатюк, О.Л. Основы теории коммуникации[Текст]: Учебное пособие. М.: КНОРУС, 2010.

#### Дополнительная литература

1. Корнилов О.А. Контексты межкультурной коммуникации[Текст]: учебное пособие / О. А. Корнилов. - М.: ИД «КДУ», 2015.
2. Крейдлин Г, Кронгауз М. Семиотика, или Азбука общения[Текст]. – М.: Флинта, Наука, 2004.
3. Назарчук А. Теория коммуникации в современном обществе[Текст]. — М.: Прогресс-Традиция, 2009.

#### Практическое занятие 9. Дискурс, инстанции власти и техники идентификации индивида в процессах коммуникации

1. Формы и типы связанности дискурсивных практик, очагов власти и техник конструирования идентичности в коммуникативных процессах.
2. Топологичность дискурсивных практик.
3. Дискурс как компонент дисциплинарных практик сборки тел.
4. Типы дискурсивных логик.
5. Дисциплинарные практики и топология коммуникации.

#### Основная литература

1. Гавра, Д.П. Основы теории коммуникации[Текст]: Учебное пособие. СПб.: Питер, 2011.
2. Гнатюк, О.Л. Основы теории коммуникации[Текст]: Учебное пособие. М.: КНОРУС, 2010.

#### Дополнительная литература

1. Корнилов О.А. Контексты межкультурной коммуникации[Текст]: учебное пособие / О. А. Корнилов. - М.: ИД «КДУ», 2015.
2. Крейдлин Г, Кронгауз М. Семиотика, или Азбука общения[Текст]. – М.: Флинта, Наука, 2004.
3. Маклюэн М. Понимание Медиа: Внешние расширения человека[Текст]. 2-е изд. – М.: «Гиперборея», «Кучково поле», 2007.
4. Назаров М.М. Массовая коммуникация и общество. Введение в теорию и исследования[Текст]. М.: УРСС, 2010.
5. Назарчук А. Теория коммуникации в современном обществе[Текст]. — М.: Прогресс-Традиция, 2009.

#### Практическое занятие 10. Язык и коммуникация как онтологические события. Часть 1

1. Онтологическая и экзистенциальная определенность процессов коммуникации - желание, воля и власть в коммуникативных процессах.
2. Язык как бытийная возможность здесь-бытия.
3. Язык как устройство онтолого-экзистенциальной разметки мышления и действительности.
4. Практики признания и учреждение институций коммуникативных феноменов. Язык как «дом бытия».

#### Основная литература

1. Гавра, Д.П. Основы теории коммуникации[Текст]: Учебное пособие. СПб.: Питер, 2011.
2. Гнатюк, О.Л. Основы теории коммуникации[Текст]: Учебное пособие. М.: КНОРУС, 2010.

- 23 Иконика – направление семиотики; выявляет связи между смыслом ситуаций (их описанием) и их графическим представлением (образом).
- 24 Имидж (представление, впечатление, отражение, подобие, образ) – образ реального факта, события, явления, лица, формирующийся под воздействием СМИ, рекламы и деятельности имиджмейкеров.
- 25 Инверсия – прием работы с текстом, помогающий раскрыть множество значений путем перестановки отношений между персонажами, событиями и фактами, и изменения сюжетных линий, обычного порядка слов в предложении.
- 26 Инсайдер – коммуникант, входящий во влиятельные структуры и имеющий доступ к закрытой информации.
- 27 Инсайт – внезапное озарение.
- 28 Интерпретация – истолкование, объяснение, раскрытие смысла, перевод на более понятный язык.
- 29 Информатика – область научных знаний, связанных с получением, хранением, преобразованием, передачей и использованием информации.
- 30 Информациология – наука о закономерностях образования, передачи и накопления информации, ее свойствах, структуре, роли в проявлении фундаментальных законов окружающего мира.
- 31 Информационная революция первая – возникновение членораздельной устной речи; датируется примерно 50 тысячелетием до н. э. Информационная революция вторая – возникновение письменности; датируется примерно 6 тысячелетием до н. э. Информационная революция третья – изобретение печатного станка, начало массового печатного тиражирования информации.
- 32 Информационная среда – реальность, в которую погружаются люди, находящиеся в постоянном соприкосновении со СМИ и другими средствами коммуникации.
- 33 Информационное общество – вид постиндустриального общества, основное условие формирования которого – высокотехнологичные глобальные информационные сети. Информация рассматривается как специфический товар, основная социальная ценность общества.
- 34 Информационное пространство – сфера общества с достаточно развитой сетью информационных коммуникаций.
- 35 Информационный отбор – гипотеза, согласно которой развитие сложной самоорганизующейся системы определяется устойчивой, усиливающейся в ходе отбора тенденцией к наращиванию скорости переработки и накопления информации. Критерии отбора – преимущества в приращении скорости передачи информации.
- 36 Информация – сведения, содержащиеся в данном сообщении и рассматриваемые как объект передачи, хранения и переработки (Словарь лингвистических терминов); случайный запоминаемый выбор варианта из многих возможных и равных (Г. Кастлер); обозначение содержания, полученного из внешнего мира в процессе нашего приспособления к нему и приспособления к нему наших органов чувств (Н. Винер); такие сообщения, которые уменьшают неопределенность у получателя информации. Неопределенность существует тогда, когда из-за ограниченности информации необходим выбор одной из двух или большего числа возможностей (К. Шеннон); сообщение, неразрывно связанное с управлением, сигналы в единстве синтаксических, семантических и прагматических характеристик; передача, отражение разнообразия в любых объектах и процессах неживой и живой природы; многостадийный процесс и свойство процессов, изменений состояния. Информация не имеет материальной природы, но невозможна без материального носителя. Информация бывает условная (кодовая) и безусловная (смысловая, о реально происходящих событиях).
- 37 Информация значимая – именно та часть информации, которая приводит к согласованным состояниям отправителя и получателя, определяет последующее ункционирование системы.
- 38 Информация инсайдерская – достоверная по своему характеру нераскрытая информация, раскрытие которой может оказать существенное воздействие на цены финансовых инструментов или товаров.
- 39 Каналы коммуникации (коммуникационные каналы) – специально сформированная среда, через которую передается информация от коммуникатора к реципиенту. Таким каналом может быть рекламный плакат, митинг, видеофильм и др. В общем виде под каналом коммуникации подразумевают способ, которым передается сообщение (лицом к лицу, письменно, на пленке, техническими средствами и пр.).

- 10 Барьер статусный социальный – предписанное или достигнутое индивидом или группой положение в социальной системе, препятствующее осуществлению коммуникации.
- 11 Барьеры коммуникации (помехи) – элемент коммуникации; помехи, препятствующие приему, пониманию и усвоению сообщений. Возникают по субъективным (индивидуальные особенности восприятия информации), объективным (физическим, организационным, техническим) причинам.
- 12 Брифинг – 1) встреча официальных лиц с представителями СМИ, на которой кратко излагается позиция по определенному вопросу; 2) инструктаж, формулировка задачи для творческой команды по ходу работы.
- 13 Буфер коммуникативный – промежуточное звено, смягчающее сложности передачи информации от одного звена к другому.
- 14 Воспоминание – передача сообщений из одних блоков памяти в другие.
- 15 Глоссарий – словарь малораспространенных терминов, используемых в какой-либо (чаще всего узкой) отрасли, с комментариями и примерами.
- 16 Диалог – двусторонний обмен информацией. В более широком понимании – горизонтальная передача информации, когда коммуникатор и реципиент принимают равноправное участие.
- 17 Дискурс – цельный текст, актуализация которого обусловлена множественными факторами, в том числе и социальными. Обозначает коммуникабельность текста как ткани, фактуры, структуры многообразных языков информации; является видом речевой коммуникации, ориентированной на осуждение и обоснование любых значимых аспектов действий, мнений и высказываний ее участников. Рассмотрение дискурса как логически целостной, опосредованной, социально обусловленной единицы коммуникации дает возможность рассматривать «неречевые языки» (например, язык рекламы, мимики и жестов) во взаимосвязи с языком человеческого общения как основного способа коммуникации между людьми. Это создает основу для формирования целостной теории социальной коммуникации, включающей рассмотрение как вербальных, так и невербальных коммуникативных средств.
- 18 Знак – материальный чувственно воспринимаемый объект, который в процессе познания и общения людей соответствует некоему значению, которое может быть предметом, свойством, явлением, процессом, существом, понятием. Денотат знака – совокупность обозначаемых знаком объектов. Чем больше конкретных объектов реального мира представляет знак, тем больше объем знака. Концептзнака – совокупность сведений об обозначаемом объекте и его связях с другими объектами. Множество определений, устанавливающих соответствие между набором знаков и обозначаемыми ими сущностями образуют словарь данной знаковой системы. Ч. Пирс предложил три группы знаков: иконические \ (имеющие сходство с обозначаемым - портрет, фото), условные \ конвенциональные (не имеют ничего общего с обозначаемым – большинство слов разговорного языка), индексальные \ пиктограммы (не похожие на обозначаемый предмет, но вызывающие ассоциации – дорожные знаки).
- 19 Знаковая система – множество знаков, отличающихся друг от друга по крайней мере одним признаком, вместе с набором правил использования знаков при передаче сообщений. Простейшие 3. С. – светофор, знаки военных различий, карты игральные. Классификация знаковых систем: 1. Образные \ символичные (живопись, музыка, танцы, мимика). 2. Натуральные \ естественные (явления природы, следы зверей, звезды на небе). 3. Конвенциональные \ условные (А - естественные языки (устная, письменная речь), Б - формальные языки (математика, логика, химия, эсперанто), В - системы записи (нотная, формулы, шахматная нотация).
- 20 Идентичность организационная \ корпоративная – ментальная модель, убеждения относительно организации, разделяемое ее членами.
- 21 Идеология лингвистическая (языковая) – убеждения людей относительно той или иной лингвистической практики, влияющие на оценку (позитивную или негативную) отдельных действий участников коммуникации. Нередко служит целям различных институтов и социальных групп, представляя действительность в определенном свете, ранжируя и оценивая людей, или решая, кто имеет право говорить или быть услышанным.
- 22 Избирательность информации (канала) – индивидуальный выбор реципиентом интересующей его информации в соответствии с устоявшимися взглядами.

#### Дополнительная литература

1. Корнилов О.А. Контексты межкультурной коммуникации[Текст]: учебное пособие / О. А. Корнилов. - М.: ИД «КДУ», 2015.
2. Крейдлин Г, Кронгауз М. Семиотика, или Азбука общения[Текст]. – М.: Флинта, Наука, 2004.
3. Маклюэн М. Понимание Медиа: Внешние расширения человека[Текст]. 2-е изд. – М.: «Гиперборея», «Кучково поле», 2007.
4. Назаров М.М. Массовая коммуникация и общество. Введение в теорию и исследования[Текст]. М.: УРСС, 2010.

#### Практическое занятие 11. Язык и коммуникация

##### как онтологические события. Часть 2

1. Речь в актах трансцендирования здесь-бытия.
2. Бытийная интенсивность языка и речи.
3. Речь и «болтовня», онтологические интенции das Man.
4. Принцип историзма, исторические априори коммуникации и ее социально-онтологическая обусловленность.
5. Онтология семиотического бессознательного и инстанции анонимности в коммуникации.
6. Феномен представительства.

#### Основная литература

1. Гавра, Д.П. Основы теории коммуникации[Текст]: Учебное пособие. СПб.: Питер, 2011.
2. Гнатюк, О.Л. Основы теории коммуникации[Текст]: Учебное пособие. М.: КНОРУС, 2010.

#### Дополнительная литература

1. Корнилов О.А. Контексты межкультурной коммуникации[Текст]: учебное пособие / О. А. Корнилов. - М.: ИД «КДУ», 2015.
2. Крейдлин Г, Кронгауз М. Семиотика, или Азбука общения[Текст]. – М.: Флинта, Наука, 2004.
3. Маклюэн М. Понимание Медиа: Внешние расширения человека[Текст]. 2-е изд. – М.: «Гиперборея», «Кучково поле», 2007.
4. Назаров М.М. Массовая коммуникация и общество. Введение в теорию и исследования[Текст]. М.: УРСС, 2010.

#### Практическое занятие 12. Акты речи как экзистенциальный настрой, понимание и истолкования

1. Экзистенциалы и очевидности коммуникативного опыта.
2. Мифический срез коммуникации.
3. Коммуникация как опыт трансцендирования здесь-бытия Я и бытие-с-другими, опознание и признание другого.
4. Онтологические регистры диалога, позиционности, дистанции, тело в опыте коммуникации.
5. Инстанции Чужого.
6. Концептуальные пределы онтологического истолкования коммуникации.

#### Основная литература

1. Гавра, Д.П. Основы теории коммуникации[Текст]: Учебное пособие. СПб.: Питер, 2011.

- Гнатюк, О.Л. Основы теории коммуникации[Текст]: Учебное пособие. М.: КНОРУС, 2010.

#### Дополнительная литература

- Корнилов О.А. Контексты межкультурной коммуникации[Текст]: учебное пособие / О. А. Корнилов. - М.: ИД «КДУ», 2015.
- Крейдлин Г, Кронгауз М. Семиотика, или Азбука общения[Текст]. – М.: Флинта, Наука, 2004.
- Маклюэн М. Понимание Медиа: Внешние расширения человека[Текст]. 2-е изд. – М.: «Гиперборея», «Кучково поле», 2007.
- Назаров М.М. Массовая коммуникация и общество. Введение в теорию и исследования[Текст]. М.: УРСС, 2010.

#### Практическое занятие 13. Коммуникация в символическом измерении

- Инструментальное обесценивание языка в Новое время.
- Понятие символа и его интерпретации.
- Понятие символического архива.
- Символическая структурированность топологии и темпоральности коммуникации.
- Телесные практики и семиозис. Символические особенности темпоральных и топологических разметок коммуникативных практик. К
- Трансцендентально-символическая аналитика и герменевтические практики в коммуникации.
- Десимволизация ее эффекты в коммуникативных эффектах.
- Десимволизация и новоевропейская цивилизация как «институционализация астении».

#### Основная литература

- Гавра, Д.П. Основы теории коммуникации[Текст]: Учебное пособие. СПб.: Питер, 2011.
- Гнатюк, О.Л. Основы теории коммуникации[Текст]: Учебное пособие. М.: КНОРУС, 2010.

#### Дополнительная литература

- Корнилов О.А. Контексты межкультурной коммуникации[Текст]: учебное пособие / О. А. Корнилов. - М.: ИД «КДУ», 2015.
- Крейдлин Г, Кронгауз М. Семиотика, или Азбука общения[Текст]. – М.: Флинта, Наука, 2004.
- Маклюэн М. Понимание Медиа: Внешние расширения человека[Текст]. 2-е изд. – М.: «Гиперборея», «Кучково поле», 2007.
- Назаров М.М. Массовая коммуникация и общество. Введение в теорию и исследования[Текст]. М.: УРСС, 2010.

#### Практическое занятие 14. Инструментальное обесценивание языка в новое время

- «Смерть Бога» и «смерть человека» и их эффекты для сборки коммуникативных феноменов: das Man, разрушение здесь-бытия, ограничение сегментов его существования, опустошение языка, эрозия нравственной и этической ответственности в использовании языка и актах говорения.
- Инструментальное обесценивание языка в Новое время.
- Деонтологизация, смещение к пансемиотизму, универсализация, массовизация и анонимизация адресата, виртуальность отправителя.
- Множественная резонирующая сеть инстанций коммуникации.

- Ф. де Соссюр;
- Ч.С. Пирс;
- П. Лазарфельд.

- Типология знаков, предложенная Ч.С. Пирсом, - это:
  - дорожные, музыкальные, денежные знаки;
  - иконические, индексные, символические знаки;
  - естественные и искусственные знаки;
  - химические, математические, астрономические знаки.
- Не используется для изучения социальной коммуникации концептуальный подход:
  - интерпретативный;
  - когнитивный;
  - фонетический;
  - семантический.
- К основным типам межличностного общения не относится:
  - манипулятивный;
  - императивный;
  - диалогический;
  - лидерский.
- Модель управляемой коммуникации с обратной связью предложил:
  - К. Ясперс;
  - И. Гутенберг;
  - Н. Винер.

#### СЛОВАРЬ ОСНОВНЫХ ТЕРМИНОВ

- Агент влияния – лицо, которое систематически действует в своей стране и на международном уровне в интересах третьего государства, способствует проведению политики (в том числе через формирование общественного мнения), благоприятной стране-заказчику.
- Адаптация – подготовка текста к эффективному функционированию в различных экономических и социальных средах.
- Ассоциативный тест – прием исследования в рекламной психологии; выявляет возникающие ассоциации с отдельными словами или высказываниями при последовательном чтении слов или заполнении пропусков в предложении.
- Аудиовизуальный – основанный на одновременном восприятии зрением и слухом.
- Аудит коммуникаций – комплексная сторонняя оценка внутренних и внешних коммуникаций предприятия (проекта), инструмент разработки и реализации стратегических планов.
- Аудитория контактная – любая группа, которая проявляет реальный или потенциальный интерес к организации или оказывает влияние на ее способность достигать поставленных целей.
- Аудитория массовая – потребители информации, распространяемой по каналам СМИ.
- Аудитория целевая – группа направленного информационного воздействия, наиболее перспективная группа реципиентов, выделенная на основе социологических процедур.
- Аудиторный срез – цель исследования, определяющего характеристики аудитории: пол, возраст, семейное положение, образование и т.п.

- а) проксемика;
  - б) просодика;
  - в) такесика;
  - г) слушание.
8. К электронным СМИ не относится:
- а) алфавит;
  - б) Интернет;
  - в) радио.
9. К коммуникационным революциям относится изобретение:
- а) пороха;
  - б) книопечатания;
  - в) колеса;
  - г) лазерного оружия.
10. Радио было изобретено:
- а) в 1907 г.;
  - б) в 1440 г.;
  - в) в 1895 г.
11. К механизмам перцепции в межличностной коммуникации не относится:
- а) мифологизация;
  - б) эмпатия;
  - в) стереотипизация.
12. Теоретиком символического интеракционизма был:
- а) Ч.С. Пирс;
  - б) Дж. Г. Мид;
  - в) Э. Торндайк.
13. «Теорию обмена» предложил:
- а) Ф. де Соссюр;
  - б) Дж. Хоманс;
  - в) К. Черри.
14. Модель коммуникационного процесса, разработанная К. Шенноном и У. Уивером, называется:
- а) лингвистической;
  - б) кибернетической;
  - в) информационно-математической.
15. Автор интерактивной модели коммуникативного процесса – это:
- а) Г. Ласуэлл;
  - б) Т. Ньюкомб;
  - в) Р. Якобсон.
16. Не является основоположником семиотики:

5. Понятия «массы», «массовой коммуникации» и «информации».
6. Феномен масс-медиа и условие его возможности.
7. Специфика коммуникативных процессов в различных современных социальных и жизненных мирах (наука, культура, политика, экономика, жизненные миры).

#### Основная литература

1. Гавра, Д.П. Основы теории коммуникации[Текст]: Учебное пособие. СПб.: Питер, 2011.
2. Гнатюк, О.Л. Основы теории коммуникации[Текст]: Учебное пособие. М.: КНОРУС, 2010.

#### Дополнительная литература

1. Корнилов О.А. Контексты межкультурной коммуникации[Текст]: учебное пособие / О. А. Корнилов. - М.: ИД «КДУ», 2015.
2. Крейдлин Г, Кронгауз М. Семиотика, или Азбука общения[Текст]. – М.: Флинта, Наука, 2004.
3. Маклюэн М. Понимание Медиа: Внешние расширения человека[Текст]. 2-е изд. – М.: «Гиперборей», «Кучково поле», 2007.
4. Назаров М.М. Массовая коммуникация и общество. Введение в теорию и исследования[Текст]. М.: УРСС, 2010.

#### САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА СТУДЕНТОВ

Самостоятельная работа - это планируемая работа студентов, которая выполняется при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия.

Самостоятельная работа студента способствует воспитанию волевых качеств личности, развитию мышления, памяти и творческих способностей. Самостоятельная работа студентов занимает особое место среди иных видов учебной подготовки. Она включает в себя использование учебников и учебных пособий, хрестоматий и лекционных материалов, публикаций в журналах и т. п. с целью подготовки выступлений на практических занятиях. Опыт преподавания актуальных проблем современных коммуникационных процессов показывает, что без систематической и настойчивой самостоятельной работы студент не может глубоко усвоить программный материал, приобрести навыки ведения дискуссий по важнейшим вопросам современной ситуации.

Продуктивная работа с литературой обеспечивается определенной методической подготовкой, т.е. знакомством студентов с основными приемами работы с текстом, формами фиксации ее результатов.

1. Одним из условий успешного изучения какого-либо вопроса (темы) произведения служит предварительное знакомство со *справочной литературой* (энциклопедии, терминологические словари и т. п.). Таким образом, можно приобрести исходные сведения по интересующему вопросу, познакомиться со значением нужных научных терминов. Информацию о степени добротности и современности тех или иных справочников или статей можно получить у ведущих преподавателей.

2. Самостоятельное изучение литературных источников с необходимостью предполагает использование различных видов записи:

**планов** – наиболее кратких записей, содержащих лишь перечень рассматриваемых вопросов;

**тезисов** – изложение в сжатой повествовательной форме основных положений изучаемого материала;

**выписок** – дословного воспроизведения отдельных наиболее важных положений;

**конспектов** – наиболее совершенных форм записей, где излагаются в логической последовательности основные положения какого-либо источника.

3. **Конспект** объединяет в себе и план, и тезисы, и выписки; он позволяет также выразить отношение того, кто конспектирует, к воспроизводимым положениям, раскрыть их методологическую и теоретическую значимость для изучаемого курса.

Рекомендуется конспектировать произведение после его прочтения целиком или по частям и вести запись своими словами, прибегая, где это целесообразно, к прямому (и должным образом оформленному кавычками и сносками) цитированию. Это позволяет сознательно применять аналитико-синтетический метод освоения материала, т.е. расчленить его на части, выделить основное содержание и вместе с тем выявить внутренние связи между положениями и синтезировать, объединить расчлененный анализом материал.

4. Помощь студентам в их самостоятельном овладении материалом призваны оказать учебные *лекции* и *практические занятия*. Лектор стремится раскрыть способы и методы освоения материала, дает рекомендации по изучению необходимой литературы. Вместе с тем, как показывает практика преподавания, сами *конспекты лекций* чаще всего нуждаются в доработке в процессе самостоятельной работы студентов. Многие термины и имена, воспринимаемые на слух, зачастую искажаются при записи и должны быть исправлены самостоятельно.

Важным ориентиром для самостоятельной работы служит на практическом занятии *заключительное слово* преподавателя (общее или по ряду студенческих выступлений). Оно содержит оценку не только содержания и формы выступлений, но и степени освоения докладчиками рекомендованной литературы, их умения самостоятельно мыслить. Методические установки должны способствовать накоплению опыта самостоятельной работы на протяжении всего периода изучения актуальных проблем современных коммуникационных процессов.

#### Примерный перечень вопросов для промежуточной аттестации:

1. Коммуникация как проблема: социоэкзистенциальная проблематизация и проблемы ее теоретической артикуляции.
2. Теория коммуникации как мультидисциплинарный проект и его особенности (философия, социология, история, психология, лингвистика, логика, риторика, дискурсивный анализ, семиотика и т.п.). Принципиальный методологический дизайн теории коммуникации.
3. Опыт мышления и познания как основа коммуникации. Понятие знака как выражения смысла.
4. Инстанция Чужого и его трансформация в alterego в ходе учреждения интересубъективных сообществ.
5. Учреждение трансцендентальной интересубъективности (трансцендентального Мы): опыт тела, конституирование «общего пространства», интенционального и темпорального сообщества.
6. Единое трансцендентальное поле смысла как условие возможности конституирования высших форм сообществ.
7. Тематический анализ коммуникативных феноменов. Habitus как тематическая идентификация субъекта.
8. Дискурсивные практики в коммуникации.
9. Различение языка, речи и дискурса.
10. Понятие субъекта дискурса, поля артикуляции и поля видения.
11. Язык и коммуникация как онтологические события. Онтологическая и экзистенциальная определенность процессов коммуникации.
12. Дискурс, инстанции власти и техника идентификации индивида в процессах коммуникации.
13. Практики признания и учреждение институций коммуникативных феноменов.
14. Коммуникация как опыт трансцендирования здесь-бытия Я и бытие-с-другими, опознание и признание другого. Инстанции Чужого.
15. Онтология семиотического бессознательного и инстанции анонимности в коммуникации.
16. Экзистенциальный настрой актов, речи, понимания и истолкования. Экзистенциалы и очевидности коммуникативного опыта.
17. Мифический срез коммуникации.
18. Символический срез коммуникации.
19. Символическое и знаковое в конституировании коммуникативных феноменов.

20. Понятия символ и знак в коммуникативных практиках.
21. Синхрония и диахрония в конституировании коммуникативных феноменов.
22. Телесные практики и семиозис.
23. Символические особенности темпоральных и топологических разметок коммуникативных практик.
24. Десимволизация и ее эффекты в коммуникативных эффектах.
25. Универсализация, массовизация и анонимизация адресата, виртуальность отправителя.
26. Понятия «массы» и «массовой коммуникации».
27. Феномен масс-медиа и условие его возможности.
28. Специфика коммуникативных процессов в различных современных социальных и жизненных мирах (наука, культура, политика, экономика, жизненные миры).

#### Контрольные задания (тест) для проведения промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины

1. Социальная коммуникация – это:
  - а) инженерные пути сообщения;
  - б) сообщения в СМИ;
  - в) процесс передачи и восприятия информации в условиях межличностного и массового общения по разным каналам при помощи различных коммуникативных средств;
  - г) обмен сообщениями по каналам связи.
2. Курс «Основы теории коммуникации» является метатеорией по отношению:
  - а) к связям с общественностью;
  - б) психологии массовых коммуникаций;
  - в) имиджелогии;
  - г) ко всему вышеперечисленному.
3. Коренное отличие вербальной и невербальной коммуникации состоит:
  - а) в целях передачи информации;
  - б) в способах кодирования информации;
  - в) в каналах связи.
4. К вербальной коммуникации не относится:
  - а) говорение;
  - б) кинесика;
  - в) слушание;
  - г) письмо.
5. Межличностная коммуникация – это коммуникация:
  - а) невербальная;
  - б) аксиальная;
  - в) экстралингвистическая.
6. Реклама не относится:
  - а) к аутокоммуникации;
  - б) к массовой коммуникации;
  - в) к интегрированным маркетинговым коммуникациям.
7. К невербальной коммуникации не относится: