


Учреждение образования
«Белорусский государственный университет культуры и искусств»

Факультет культурологии и социально-культурной деятельности
Кафедра межкультурных коммуникаций и рекламы


СОГЛАСОВАНО

Заведующий кафедрой

 Н.Е.Петушко
«21» 12 2022 г.

СОГЛАСОВАНО

Зам. декана факультета

 А.М. Стельмах
«26» 12 2022 г.

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИЙ КОМПЛЕКС ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ

ИСТОРИЯ И ТЕОРИЯ КОММУНИКАЦИЙ

для специальности 1-21 04 01 Культурология (по направлениям)
для направления специальности 1-21 04 01-02 Культурология (прикладная)
специализаций 1-21 04 01-02 02 Менеджмент международных культурных
связей, 1-21 04 01-02 03 Менеджмент рекламы и общественных связей

Составитель: Филиппенко В.В., старший преподаватель кафедры
межкультурных коммуникаций и рекламы

Рассмотрено и утверждено на заседании Совета факультета культурологии и
социально-культурной деятельности

«26» 12 2022 г., протокол № 5

РЕЦЕНЗЕНТЫ:

Ю.Г. Балодис, доцент кафедры менеджмента социально-культурной деятельности учреждения образования «Белорусский государственный университет культуры и искусств», кандидат культурологии, доцент;

кафедра культурологии учреждения образования «Белорусский государственный университет»

Рассмотрен и рекомендован к утверждению:

*кафедрой межкультурных коммуникаций и рекламы
(протокол от 21.12.2022 № 5)*

ОГЛАВЛЕНИЕ

1. ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА	4
2. ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ	7
2.1 Тезисы лекций	7
3. ПРАКТИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ	44
3.1 Тематика семинарских занятий	44
3.2 Тематика практических занятий	52
4. РАЗДЕЛ КОНТРОЛЯ ЗНАНИЙ	66
4.1 Перечень тем заданий для управляемой самостоятельной работы	66
4.2 Перечень вопросов к экзамену	72
4.3 Критерии оценки результатов учебной деятельности студентов	76
5. ВСПОМОГАТЕЛЬНЫЙ РАЗДЕЛ	78
5.1 Учебная программа по учебной дисциплине "История и теория коммуникаций"	78
5.2 Учебно-методическая карта учебной дисциплины для дневной формы получения высшего образования	118
5.3 Учебно-методическая карта учебной дисциплины для заочной формы получения высшего образования	121
5.4 Основная литература	123
5.5 Дополнительная литература	124

1. ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Электронный учебно-методический комплекс (далее – ЭУМК) по учебной дисциплине «История и теория коммуникаций» содержит материалы по темам вышеназванной дисциплины, теоретическим, семинарским и практическим занятиям, самостоятельной работе и предназначен для студентов I курса дневной и заочной формы получения образования, обучающихся по специальности 1-21 04 01 «Культурология (по направлениям)», направления специальности 1-21 04 01-02 «Культурология (прикладная)», специализаций 1-21 04 01-02 02 «Менеджмент международных культурных связей», 1-21 04 01-02 03 «Менеджмент рекламы и общественных связей».

ЭУМК направлен на освоение студентами знаний об истории становления и особенностях развития коммуникаций, сущности, структуре, формах, средствах, функциях коммуникаций, приобретение навыков по организации эффективного коммуникативного процесса. Знание основных закономерностей протекания процессов коммуникации, навыки в области коммуникационного менеджмента являются ключевыми компонентами коммуникативной компетенции менеджера, чья деятельность осуществляется в сфере международных культурных связей и в сфере рекламы и общественных связей.

Цель ЭУМК – обеспечить необходимый теоретико-методологический базис образовательного процесса, способствующий подготовке высококвалифицированных специалистов в сфере социально-культурного менеджмента, а также формирование у студентов теоретических представлений и практических навыков коммуникативной компетентности, которая позволит субъекту современного социокультурного менеджмента установить эффективную коммуникацию с целевыми аудиториями.

Задачи ЭУМК:

- упорядочение содержания дисциплины «История и теория коммуникаций»;
- организация образовательного процесса по изучению учебной дисциплины с учетом достижений современных исследований в области общественных и гуманитарных наук;
- координация действий по обеспечению эффективности самостоятельной работы студентов и контроля их знаний;
- содействие студентам в получении помощи, направленной на усвоение материала учебной дисциплины.

ЭУМК по учебной дисциплине «История и теория коммуникаций» призвано обеспечить формирование у студентов *специализированных компетенций*:

- Для студентов специализации 1-21 04 01-02 03 «Менеджмент рекламы и общественных связей»:

- СК-13. Уметь свободно оперировать фактологическим материалом, отражающим специфику процессов коммуникации в различные культурно-исторические эпохи, применять современные теории и методы коммуникации для решения разнообразных научно-практических проблем и управленческих задач.

- Для студентов специализации 1-21 04 01-02 02 «Менеджмент международных культурных связей»:

- СК-16. Свободно оперировать фактологическим материалом, отражающим специфику процессов коммуникации в различные культурно-исторические эпохи, применять современные теории и методы коммуникации для решения разнообразных научно-практических проблем и управленческих задач.

Представленный УМК содержит разделы и темы, совокупность которых направлена на усвоение знаний умений и навыков по учебной дисциплине «История и теория коммуникаций» и синкретизм которых определяет объём и структуру содержания образовательного процесса по вышеозначенной дисциплине, а именно:

- Раздел 1, содержащий пояснительную записку, с указанием цели и задач учебно-методического комплекса, его структуры.

- Раздел 2, в котором содержится краткий конспект лекций, представленный с учетом учебной программы по учебной дисциплине «История и теория коммуникаций».

- Раздел 3, в который включена тематика семинарских и практических занятий, список литературы, необходимый для освоения учебной дисциплины;

- Раздел 4, материалы которого направлены на контроль полученных знаний, включающий в себя задания для самостоятельной работы студентов, вопросы к экзамену, критерии оценки результатов учебной деятельности с учетом выполнения вышеназванных заданий, а также качественных показателей деятельности обучающихся на семинарских и практических занятиях.

- Раздел 5, охватывающий учебно-методическую карту учебной дисциплины для дневной и заочной формы получения высшего образования, перечень основной и дополнительной литературы, рекомендуемой для изучения учебной дисциплины.

Учебная дисциплина «История и теория коммуникаций» связана с такими дисциплинами, как «Теория культуры», «Введение в специальность», «Основы информационных технологий», «Деловой этикет и коммуникации».

Учебным планом по учебной дисциплине «История и теория коммуникаций» предусмотрено 138 часов, из них 86 часов – аудиторные.

Примерное распределение часов по видам занятий: лекционных – 20, практических – 44, семинарских – 22 часа; самостоятельная работа студентов составляет 52 часа. Рекомендуемой формой контроля знаний студентов является экзамен.

Таким образом, ЭУМК по учебной дисциплине «История и теория коммуникаций», содействует эффективности общего образовательного процесса учреждения образования «Белорусский государственный университет культуры и искусств», обеспечивает конструктивную дифференциацию академических часов, согласно указанных разделов учебной дисциплины, способствует совершенствованию методики проведения учебных занятий с учетом требований, предъявляемых к учреждениям образования Высшей школы.

2. ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ

2.1 Тезисы лекций

Тезисы лекций по теме 1: «Введение в учебную дисциплину» (2 часа)

Вопросы:

1. Цель, задачи и содержание учебной дисциплины.
2. Место учебной дисциплины в системе профессиональной подготовки культурологов-менеджеров.
3. Понятие «коммуникация». Междисциплинарный подход к исследованию коммуникации: коммуникация как объект исследования философии, культурологии, социологии, политологии, лингвистики, психологии.
4. Коммуникация как социальный феномен: ключевые характеристики.

Целью учебной дисциплины «История и теория коммуникаций» является формирование у будущих культурологов-менеджеров знаний о различных формах и средствах передачи информации сквозь призму их исторической и культурной обусловленности, а также сущности основных концепций теории коммуникации; формирование представления об основных исследовательских подходах в изучении коммуникаций, применяемых в мировой и отечественной науке и практике; развитие способности к эффективному построению коммуникационного процесса в профессиональной среде.

Основными задачами учебной дисциплины «История и теория коммуникаций» являются:

1. Ознакомление с историей коммуникаций как специфической отраслью науки, содержащей основные понятия, составляющие категориальный аппарат теории коммуникаций как науки, ее законы и методы;
2. Изучение главных закономерностей социокультурных процессов в контексте возникновения и развития коммуникаций в ретроспективе культурогенеза;
3. Осмысление значения социокультурной роли форм и средств коммуникаций, совершенствование их материально-технической базы;
4. Анализ коммуникационных процессов современной культуры общества;
5. Освоение разнообразных форм и уровней коммуникаций;
6. Формирование базового уровня готовности к осуществлению эффективной профессиональной деятельности с помощью коммуникаций.

Для менеджеров социокультурной сферы фундаментальные знания в области истории и теории коммуникаций имеют следующее значение:

1. Способствуют управлению организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников и проектами в области международных культурных связей и в области рекламы и общественных связей;
2. Содействуют в проведении прикладных социокультурных исследований и управлении социокультурными процессами, а также подготовке различных аналитических материалов, необходимых для осуществления профессиональной деятельности;
3. Дают возможность овладеть методами стратегического анализа поведения потребителей культурных продуктов и услуг в социокультурной среде;
4. Способствуют обобщению и критической оценке результатов исследований актуальных проблем управления учреждениями и организациями социокультурной сферы, полученные белорусскими и зарубежными исследователями;
5. Содействуют предоставлению результатов исследования в области актуальных проблем управления учреждениями и организациями социокультурной сферы в виде научного отчета, статьи или доклада;
6. Способствуют проведению самостоятельных исследований в области актуальных проблем управления учреждениями и организациями социокультурной сферы.

Таким образом, знания, полученные в результате освоения учебной дисциплины «История и теория коммуникаций» помогают в эффективном построении коммуникативных моделей, необходимых для успешного выполнения профессиональной деятельности (реализация стратегических планов организации); а также в получении и ретранслировании информации участниками коммуникации вне организации (потребителями культурных продуктов и услуг).

Необходимо отметить, что коммуникация – это социально обусловленный процесс передачи и приема информации, осуществляемый как в межличностном, так и в групповом (массовом) общении по различным каналам связи при помощи вербальных и невербальных коммуникационных средств.

Субъектами коммуникации (отправителями и получателями информации) выступают члены общества, социокультурные, политические, экономические институты, социальные группы, общественные и общественно-политические движения, международные сообщества и организации, географически обозначенные регионы, государства.

Отметим, что целью коммуникации с позиции философской парадигмы является достижение социальной общности при сохранении индивидуальности каждого ее элемента.

Философия исследует межличностную, публичную и массовую коммуникации с использованием таких средств, как речь, паралингвистические средства (жесты, мимику, мелодию), вещественно-знаковых средств (например, средств художественной выразительности).

Современный философский интерес к коммуникации лежит, в частности, в области исследования диалога. В поиске новых оснований, именно категории «коммуникация» и «диалог» начинают исследоваться философами, как одни из базовых и центральных.

В свою очередь, целью коммуникации с позиции культурологической научной парадигмы является осуществление социокультурного взаимодействия субъектов и их коллективов. Культурный объект или процесс обладают символическими свойствами, следовательно, являются культурными текстами, несущими информацию о собственных атрибутивных признаках, функциональной нагрузке, структурно-иерархическом статусе в коммуникационной системе. При таком научном подходе коммуникация представляет собой явление системного порядка с выраженной иерархичностью структуры средств коммуникации, исследует деятельность личности в ее информативном аспекте как представителя определенной культуры, имеющей свой национальный язык.

Отметим, что целью коммуникации с позиции социологии является осуществление взаимодействия субъектов и их коллективов в рамках отдельно взятого социума или в контексте взаимодействия определенных социумов. Для современной социологии вопросы социальной структуры общества представляют непосредственный интерес в контексте коммуникативных систем. Исследования современных социологов включают, в том числе, анализ каналов, средств коммуникации, средств массовой информации и массовой коммуникации в плане их эффективности. Социологические исследования позволяют выявить механизм коммуникативного взаимодействия индивидов и воздействия на них передаваемой и получаемой информации.

Целью коммуникации с позиции политологической научной парадигмы является передача, перемещение, оборот значимой в политическом контексте информации, то есть тех сведений, которые в процессе общественно-практической деятельности собирают, хранят, перерабатывают, обмениваются, используют взаимодействующие в обществе граждане, группы, институты.

Таким образом, коммуникация существует внутри определенной сферы общественной жизни (политической системы общества). Именно благодаря коммуникации осуществляется взаимодействие внутри политической системы, то есть между ее элементами, и вовне – между политической системой и обществом в целом. Непосредственно содержание коммуникации определяется как взаимодействие «управляющих» и «управляемых», между которыми происходит информационный обмен, при котором «управляющие» конструируют и передают «управляемым» информацию, способствующую укреплению их статуса (легитимности).

С позиции лингвистической научной парадигмы, цель коммуникации – выбор коммуникативных стратегий, коммуникативной тактики и коммуникативных намерений, определяющих коммуникативное поведение языковой личности. Современная лингвистика связывает процесс коммуникации с функциями языка: сообщением содержания и выражением отношения говорящего к данному содержанию; ориентацию на адресата, осуществление самого общения между людьми с акцентом на инструмент передачи смысла – на язык.

Цель коммуникации в психологии – это взаимодействие личности с социумом, осуществляемое через речевые, неречевые средства, то есть создание отношений с окружающими, отсутствие которых может привести к психологическим расстройствам. Ученые-психологи исследуют коммуникацию в контексте ее неречевых средств и их влияния на коммуникационный процесс, а также исследуют коммуникационные барьеры и коммуникационные конфликты.

Отметим, что коммуникация является социальным феноменом. В частности феноменологический характер коммуникации определяется тем, что только человек способен стать участником социального взаимодействия и, как следствие, передача информации остальных живых существ, кроме человека, не может быть определена в качестве коммуникации. Кроме того, коммуникация активизирует процесс формирования норм и принципов человеческого существования, позволяет сохранить диалогическую форму отношений между «Я» и «Другой» как равноправных и равнозначных субъектов социальных отношений, сохраняя за каждой отдельной личностью ценность автономной индивидуальности и способность самостоятельного формирования принципов собственного мира.

Формирование новых каналов связи между коммуницирующими субъектами дают возможность появлению новых форм социальных взаимодействий, что в свою очередь, влияет на вектор развития всей социальной системы, формируя принципиально новые формы общественного устройства.

Тезисы лекций по теме 3: «Коммуникации в эпоху Античности»

(2 часа)

Вопросы:

1. Особенности письменности в Древней Греции и Древнем Риме. Античные библиотеки и их функционирование.
2. Ораторское искусство Древней Греции: софистика, основные положения и представители. Значение софистики для развития коммуникаций.
3. Культура древнегреческого античного диалога: учения Платона, Сократа, Аристотеля и др. и их научный вклад в развитие коммуникаций.
4. Ораторское искусство Древнего Рима: теоретические и практические принципы ораторского искусства в учении Квинтилиана, Корвина, Цицерона, Сенеки и др.
5. Риторские школы и их программа обучения.

Создателями фонетического письма, где каждая буква обозначает звук, и алфавита в Древнем мире были финикийцы. Алфавит был создан, опираясь на пример египетской скорописи и возник, согласно первой записи около X в. до н.э. Финикийское письмо послужило основой для греческого письма: греки постепенно видоизменяли это письмо, приспособив его к своему языку.

Тексты государственных и юридических документов Античности вырезались либо на мраморных плитах (в Греции), либо на медных досках (в Риме). Чтобы передавать новости на большие расстояния, использовалась переписка. Для небольших частных записей и греки, и римляне использовали навощенные таблички, обычно из дерева. На мягкую восковую поверхность буквы наносились заостренным концом металлической палочки, которую называли «стилос», «стиль».

Вместо писчей бумаги использовался папирус, который завозили из Египта. Папирус стоил дорого, его иногда использовали несколько раз: старую запись смывали и потом писали снова. Папирусными свитками пользовались и писатели, создавая свои произведения. Позднее в качестве писчего материала начинают использовать пергамент, который можно было сгибать и сшивать как тетрадь. Так появилась новая форма книги, состоящей из многих страниц.

Античные библиотеки чаще всего создавались при храмах и при дворах правителей, как, например, знаменитая библиотека в г. Александрия, основанная на рубеже IV – III в. до н.э. и к середине I в. до н.э. имеющей около 700 тыс. папирусных томов.

В Греции и в Риме имелись также публичные, то есть общедоступные библиотеки. Создавались и весьма значительные частные собрания,

функционировала книжная торговля. Однако сохранности античной литературы угрожали войны и катастрофы, наподобие извержения Везувия 24 августа 79 г. н.э., погубившего римские города Помпеи, Геркуланум и Стаби. Колоссальный урон всей древней культуре нанесло нашествие варваров на рубеже Античности и Средневековья. Следует отметить, что римская литература, как более молодая, сохранилась лучше, чем греческая.

Отметим, что в V в. до н.э. в Греции возникли новые выборные учреждения – народные собрания и суды, что породило потребность в подготовке людей, владеющих искусством красноречия и логической доказательностью своих суждений: так на смену философам и поэтам начали приходиться оплачиваемые профессиональные учителя.

Древнегреческие софисты, сфера деятельности которых охватывала социальные вопросы, стали учить побеждать противника в спорах. Софисты обучали приемам и формам убеждения и доказательства независимо от вопроса об истинности доказываемых положений. В стремлении к убедительности софисты доходили до идеи, согласно которой можно доказать все, что угодно, и также опровергнуть в зависимости от собственного интереса и складывавшихся обстоятельств. Это приводило к безразличному отношению к истинности в доказательствах и опровержениях. Таким образом, создавались приемы мышления, получившие название «софистика».

Софистам оказывался большой почет, материальная поддержка, содействие в распространении софистических методов путем открытия в разных городах платных кафедр красноречия. Основными методами софистов являлись софизмы как незаметная подмена понятий, отождествление разных вещей или наоборот, разделение тождественных объектов, и логические парадоксы – ситуации, когда два противоречащих суждения не только являются одновременно истинными, но и вытекают друг из друга, друг друга обуславливая. Логический парадокс представляет собой неразрешимую ситуацию, своего рода мыслительный тупик, «камень преткновения» в логике.

Необходимо отметить, что софисты были первыми греческими просветителями, энциклопедистами-педагогами. Они первыми обратили внимание на то, что язык является знаковой открытой системой, что он многозначен и смысл того или иного слова порой можно понять только из контекста его использования. Кроме того, софисты использовали образность языка, его метафоричность, синонимию, что давали возможность доказывать желаемое или необходимое, то есть получать эффективный результат коммуникаций.

Однако против утверждения софистов об относительности истины выступал Сократ, который считал, что абсолютная истина имеет божественное

происхождение и она выше всех человеческих суждений. Именно благодаря Сократу одним из главных оснований любой речи стал рассматриваться этос – нравственное начало, заложенное в слове.

Идеи Сократа дошли до нас в сочинениях Платона, его ученика, который развивал дальше метод своего учителя. Платон утверждал, что искусство убеждения должно строиться с учетом психологических особенностей тех людей, которым ты эту истину пытаешься доказать. Являясь основателем сократического (диалектического) метода полемики, когда в диалоге сталкиваются противоположные мнения, Платон развил искусство диалога, сделал его совершенной формой устного публичного изложения самых сложных идей.

Свои идеи по теории красноречия Платон излагал не только в своих сочинениях, но и в лекциях, которые читал на учебных курсах в основанной им школе – Академии. Одним из слушателей в платоновской Академии был Аристотель, чей труд «Риторика» состоит из трех книг. Первая книга посвящена «способностям находить возможные способы убеждения относительно каждого данного предмета». Во второй книге речь идет о «причинах, возбуждающих доверие к говорящему; третья книга посвящена стилю речи. Непосредственно Аристотель, являясь основоположником логики, считал риторику наукой, необходимой в любой сфере профессиональной деятельности человека. Аристотель понимал риторику как искусство убеждать, спорить, но при этом разграничивал нетехнические способы убеждения («которые не нами изобретены») и технические («которые могут быть созданы нами с помощью метода и наших собственных средств»).

Вершиной развития ораторского искусства в Древнем Риме являются выступления Марка Туллия Цицерона, политика и писателя. Его произведения «Об ораторе» и «Оратор» являются книгами, где исследуется оратор-философ, его методы и теоретически выстроен и обоснован набор качеств, символизирующий риторический идеал оратора.

Так, по мнению Цицерона, подлинное красноречие рождается из синкретизма риторики и других наук, в частности, философии. Обязанности оратора, по мнению Цицерона, заключаются в следующем:

- найти, что сказать;
- найденное расположить по порядку;
- придать найденному словесную форму;
- утвердить все это в памяти;
- произнести.

Кроме того, в задачу оратора входит расположить к себе слушателей, изложить существо дела, установить проблемный вопрос, подкрепить свое

положение аргументами, опровергнуть мнение противника, а в заключении придать блеск своим положениям.

Теоретические выкладки Цицерона были дополнены и систематизированы Марком Фабием Квинтилианом в I в.н.э. Квинтилиан был практикующим оратором и первым учителем риторики, получавшим государственное содержание. Его трактат «Об образовании оратора» – самый подробный из сохранившихся курсов античной риторики.

Квинтилиан делит риторику на пять частей (изобретение; расположение; словесное выражение; память; произнесение, а речи – на три вида: похвальные или порицательные; рассуждающие; судебные. Квинтилиан дает продуманные советы для оратора, желающего улучшить свое мастерство, и доказывает, что способность хорошо говорить достигается чтением, писанием и частым упражнением в судебных делах. Кроме того, Квинтилиан доказывает необходимость подражания, которое для человека – совершенно естественно, замечая, что бездумное подражание закрывает путь к новым открытиям.

Отметим, что риторские школы как наиболее распространённый вид высшей гуманитарной школы, сложились в Греции в III в. до н. э., перешедшие в Рим в I в. до н. э. и функционирующие до конца периода Античности.

Начальным курсом упражнений были «прогимназмы» (сочинение басни, рассказа, опровержения и утверждения, похвалы и порицания и т. п.); основным курсом — «декламации» (речи на вымышленную тему, в виде увещания или выступления по фиктивному судебному делу).

Риторские школы готовили учеников преимущественно к политической карьере, но вскоре искусство слова стало самоцелью, вызывая суровую критику со стороны таких ораторов, как Цицерон и Квинтилиан.

***Тезисы лекций по теме 5: «Проблематика коммуникации в эпоху
Возрождения и эпоху Просвещения»
(2 часа)***

Вопросы:

1. Человек как объект коммуникации в период Ренессанса. Формы, каналы коммуникации в эпоху Возрождения и их характеристики.
2. Книга как инструмент светского просвещения. Вклад И. Гуттенберга и Ф. Скорины в развитие коммуникации.
3. Структура языка, его основные коммуникативные характеристики в концепциях Ф. Бэкона, Д. Дедро Р. Декарта, Ж. Ж. Руссо, И. Ньютона, Г. Лейбница и др.

4. Определение «научная коммуникация» и ее понимание в XVIII веке: функции, формы, каналы.

5. Особенности, структура, основные функции языка как средства коммуникации в философии В. Гумбольта и И. Канта.

Возникшая в эпоху Возрождения потребность перевода Библии на национальные языки приводит к появлению филологии различных народов. В данный период исследуются особенности грамматики и лексики языков, соотношение диалектных и литературных форм. Книги, написанные в эпоху Возрождения, отличаются высокой художественностью, концентрации на внутреннем мире человека, следованием античным высоким идеалам и эмоциональностью. Книга становится инструментом светского просвещения, а книгопечатание создало условие для роста нового «языкового строительства» по принципу «единство речи и письма». Возросший авторитет письменного, а затем и печатного слова определили ведущую роль книгопечатания.

В эпоху Возрождения предпринимается попытка создания единого эталона письменного языка и его внедрения в устную речь: в коммуникацию прочно входит термин «дискурс», происходящий от латинского «discurrere» – «обсуждение», «переговоры».

Отметим, что в период Ренессанса в научной литературе ведущим жанром становится диалог в силу того, что возрождение идей Античности повлекло за собой подражание античным образцам, а также по причине расцвета публичных научных дискуссий. Возникновение нового жанра – ученого письма – положило начало к формированию таких форм коммуникации, как научный доклад и научная статья, которые публиковались в специально созданных газетах и журналах. Кроме того, большими темпами развивается межкультурная коммуникация, что связано с периодом географических открытий, торговлей, возросшим интересом к предметам роскоши и экзотическим странам.

В данный период возникают новые формы и нормы общения, а именно: светская беседа, философские академии (обсуждения), праздничное застолье, «вилла», «ученая дружба», переписка.

Появление в Венеции рукописной газеты во второй половине XVI как нового канала массовой коммуникации и представляющей собой еженедельные листы, сложенные вдвое и заполненные от руки («аввизи») повлекло за собой появление печатных памфлетов. В этот период в Англии появляются листы новостей («ньюс») – листы новостей, сообщавшие о прибытии торговых судов.

В эпоху Просвещения происходит бурное развитие науки, развитие экономической деятельности, духовной жизни. Рост национального самосознания

вызвал необходимость развития национального языка и как средства укрепления нации, и как одного из важнейших компонентов национальной культуры. Утверждаются национальные языки, вытесняется латынь как язык научных текстов, государственных указов, узкоспециальных правовых документов, литературы.

Научное сообщество начинает в этот период разрабатывать философию языка: осмысление на теоретико-научном уровне его свойств и возможностей.

В частности, для теории коммуникаций интерес представляют три научные концепции, появившиеся в данный период: исследование языка философами Ф. Бэконом и Дж. Локком; исследования философии языка Р. Декартом и теория искусственного языка Г. Лейбница.

Так, Ф. Бэкон исследовал грамматику языка при помощи философских инструментов («философская грамматика»). В основу своей концепции философской грамматики он положил принципы эмпирического (опытного) метода познания. Исследователь разделил грамматику на буквенную (эмпирическую), цель которой – практическое изучение языка, и философскую, которая исследует взаимосвязь между словами, предметами и мыслями. Отметим, что исследователь определял слово как произвольный знак предмета. Именно этот знак соотносится с мыслями и понятиями. Кроме того, Ф. Бэкон считал необходимым создание общей грамматики для всех существующих языков, цель которой – выработка общих, единых для всех языков свода правил.

В свою очередь, ученый Дж. Локк, исследуя место и роль слова, считал, что все знания проистекают из опыта: опыта внешнего (ощущения) и внутреннего (рефлексии, осознание, мышление). Поскольку мысль нельзя передать через ощущения, то ее нужно облечь в воспринимаемыми органами чувств знаки – то есть в слова – состоящие из звуков и воспринимаемые таким органом чувств как слух. Таким образом, слово является чувственно воспринимаемым знаком мысли, а его прикладное значение заключается в способности выразить понятие или представление.

Проект по созданию искусственно созданного языка был предложен в данный период ученым Р. Декартом. Исследователь считал, что расположив все слова подобно ряду чисел в строго логическом порядке, в результате операций по определенному алгоритму получается блок определенных фраз (знаний). Для простоты усвоения языковых норм и правил, Р. Декартом предлагался один способ спряжения, один склонения и один способ в построении (расположении) слов, а словоизменение и словообразование предлагалось производить с помощью приставок, добавляемых к началу или концу коренных слов.

В свою очередь, Г.Лейбниц, критикуя формальную логику, так как считает ее лишь средством доказательства, без раскрытия сути мышления, предлагает новую логику, основанную на универсальной символической, соотносящейся со всеми предметами (вещами, явлениями), которые доступны пониманию человеческого мышления.

Ученый выдвигает теорию комбинаторного метода, основанного на том, что все сложные понятия являются результатом комбинаций простых идей: вначале идут термины первого порядка – простые понятия, за ними – термины второго порядка (пары простых понятий), затем третьего – термины первого и второго порядка в определенных комбинациях. Для письменных и устных текстов ученым были предложены цифры вместо звуков и букв.

Отметим, что с исследованием понятия «природа» (в первую очередь в работах Ф. Бэкона), в эпоху Просвещения стала формироваться научная коммуникация. Не смотря на то, что сам термин появился с появлением термина «коммуникация», который ввел в научный оборот американский социолог Ч. Кули в середине XX века, мы можем утверждать, что в данный исторический период научная коммуникация обрела свои очертания.

Научная коммуникация – это совокупность видов профессионального общения в научном сообществе как способа осуществления взаимодействия исследователей между собой, исследователей и экспертизы полученных результатов, цель которых – развитие науки.

Так, в XVII в. складывается так называемая «республика ученых»: ученые, бывшие в обычной жизни врачами, монахами и т.д., создают новое сообщество – интернациональное сообщество ученых, объединенных общей целью познания природы. Основными формами научной коммуникации в XVII–XVIII веках являлись научная беседа, научный доклад, научный дискурс (например, выступление на защите диссертации), научная статья, диссертация.

Необходимо отметить, что большой вклад в понимание сущностных характеристик научной коммуникации внес исследователь И. Кант. Утверждая, что нравственные понятия возникают не эмпирическим путем, так как изначально присущи разуму человека, ученый обозначил нравственное начало, необходимое науке, соединив воедино научную коммуникацию и мораль.

Поставив во главу угла нравственное поведение человека, его поступки, И. Кант определил основным предназначением научной коммуникации реализацию идеи добра, воспитание человека. Таким образом, целью научной коммуникации должно стать совершенствование системы гуманистических ценностей, где фундаментом научного способа суждения (научной коммуникации) является эстетика.

***Тезисы лекций по теме 7: «Развитие теории коммуникации
в 1930-х- 1990-х гг. : основные концепции и их научное значение»
(2 часа)***

Вопросы:

1. Исследование коммуникации как внутренней потребности личности в учении К. Ясперса: понятие «подлинности» коммуникации, функциональные возможности языка в качестве средства передачи информации.
2. Факторы, определяющие коммуникационную потребность личности в теории З. Фрейда, К.-Г. Юнга, Э. Фромма; влияние факторов на процесс внутриличностной, межличностной и массовой коммуникаций.
3. Теории Э. Холла, Г. Олпорта и Л. Постмана о массовой коммуникации: основные положения.
4. Социальные факторы коммуникативных действий в теории Ж. д'Арси, Дж. Остина, Дж. Сёрля, Н. Лумана, Ю. Хабермаса и др.
5. Массовые коммуникации как социокультурный феномен в трудах Ж. Бодийера, Х. Инниса, Г.-М. Маклюэна, А. Моля и др.

В своих трудах «Духовная ситуация времени» (1931), «Разум и экзистенция» (1935) К. Ясперс обосновал положение о том, что коммуникация индивидуальна, не осуществляется планомерно или преднамеренно и функционирует только в настоящем (ситуация «здесь и сейчас»). Ученый, основываясь на собственных эмпирических исследованиях, определяет следующие формы коммуникации: «подлинная», «неподлинная», «самокоммуникация».

Так, подлинная коммуникация является основой для взаимопонимания и своей основной задачей ставит единение людей, соединение их духовных миров, душевных состояний (экзистенций) во имя всеобщей цели – конструктивного развития общества. Подлинная коммуникация нацелена на передачу информации и является источником истины. Истина (информационное сообщение) всегда индивидуальна и своя для каждого субъекта культуры, тем самым обосновывается существование «множественности» истин.

В свою очередь, неподлинная коммуникация нацелена на взаимодействие человека в социокультурной среде, которая, согласно мнению К. Ясперса, «разрушает личность, ограничивает ее свободу». Неподлинная коммуникация поверхностна, не затрагивает душевные интенции личности, активизирует враждебность, подозрительность, недоверие между субъектами.

Исследователь К. Ясперс, определяя самокоммуникацию как обращение человека к самому себе, считает, что данную коммуникацию особой формой одиночества, необходимого человеку в определенный момент межличностной коммуникации. Цель самокоммуникации – обращение к собственному «Я», попытка его постичь, услышать с дальнейшей задачей, а именно: проложить путь для понимания «Другого», подготовить почву для «подлинной» коммуникации.

Таким образом, К. Ясперс затрагивает такую проблему межличностного коммуникационного взаимодействия, как определение конечной цели коммуникации, которая даже на межличностном уровне должна способствовать социокультурному развитию социума. Кроме того, информационные сообщения необходимо конструировать исходя из ценностных ориентаций, социального опыта коммуникатора, а при выстраивании коммуникационного процесса необходимо проявить эмпатию как необходимый компонент коммуникационного взаимодействия.

Необходимо отметить, что К. Ясперс не ставил своей задачей исследовать язык, как средство коммуникации. Однако анализ его научных исследований позволяет сделать следующие выводы о языке как средстве коммуникации:

- язык в качестве коммуникационного средства несовершенен в силу своего общественного характера;
- язык является носителем общепринятых смыслов и значений;
- язык обладает лишь элементами индивидуальности в силу индивидуальности речи каждого говорящего;
- коммуникативные возможности языка предназначены, в первую очередь, для успешной ориентации субъекта в социальной среде.

Таким образом, К. Ясперс исследует *вербальные* возможности языка, что дает фундамент для дальнейших исследований языка и его компонентов в качестве эффективного средства коммуникации.

В свою очередь, согласно представителям психоаналитической концепции культуры – З. Фрейда, К.-Г. Юнга, Э. Фромма – существенные и значимые для человеческой жизни процессы, которые определяют поступки, желания, переживания человека зарождаются и происходят в его бессознательном. Ученые считали, что исследование механизмов бессознательного, его познание является условием благополучной жизни, как отдельной личности, так и общества в целом. В этой связи их исследования представляют интерес для коммуникационных процессов, а именно: определение факторов, которые влияют на коммуникационную потребность личности.

Так, согласно мнению З. Фрейда, специфика человеческого бытия полностью зависит от его биологических потребностей. Отсюда следует, что

фактором, стимулирующим человека совершать коммуникационное взаимодействие, является инстинктивная, природная потребность личности удовлетворить свои нужды (бытовые, сексуальные, социальные) и избежать тем самым страдания.

Непосредственно наука является тем самым средством, которое способно избавить человека от страданий. Таким образом, научная деятельность способна нивелировать противоречия, возникающие при интерперсональной коммуникации.

В свою очередь, К.-Г. Юнг, придавая большое значение социальным аспектам человеческого бытия, считал, что именно коллективное бессознательное как хранилище социального опыта человечества является той автономной системой, которая определяет характер и вектор деятельности личности в культуре.

Следовательно, коллективное бессознательное определяет цель, задачи, инструменты, технологии коммуникаций, осуществляемых субъектом в межличностном, групповом и массовом взаимодействии. Считая, что цивилизация XX века, разрушив гармонию сознания и коллективного бессознательного человека, повлияла на потерю личностью своей индивидуальности. Возникает «массовый человек», вынужденный искать лидера, способного дать ориентир, вектор для действий. Таким образом, причиной, по которой люди вступают в массовое коммуникационное взаимодействие, является поиск лидера (лидера мнений). Ученый считал, что потребность человека в личностном росте может быть реализована только в коллективе, в социуме. Следовательно, одной из причин коммуникаций в больших и малых группах является потребность личности в самореализации.

Исследователь Э. Фромм, определяя социальное бессознательное личности как хранилище социальных норм и правил поведения человека, полагал, что личность развивается в соответствии с теми требованиями, которые ему предъявляет общество. Следовательно, причиной групповой и массовой коммуникаций является потребность человека в процессе своей жизнедеятельности «встраивать» общественные запросы в собственное бытие, что и определяет конечную цель такого коммуникационного взаимодействия, а именно: удовлетворение в первую очередь запросов социума, социокультурной среды. Отрицая то, что коммуникация в качестве способа поддержания социальной структуры общества обусловлена врожденными инстинктами, в качестве стимула для осуществления коммуникаций определял стремление человека к самопознанию, самореализации, цель которой – качественное преобразование общей социокультурной среды. Предметно обозначив в своих

исследованиях общество XX века как общество потребителей, определил, что человеку сложно развивать не мнимое, а подлинное «Я», тем самым обозначив проблематику интерперсональной (внутриличностной) коммуникации.

Таким образом, исследования, проделанные представителями психоаналитической концепции культуры не только определили дальнейшую проблематику научного поиска в области конструирования межличностной, групповой, межгрупповой и массовой коммуникаций, но обозначили такую проблему, характерную и человеку XXI века, как проблема выбора цели коммуникационного взаимодействия – удовлетворение личных потребностей или приоритет общественного над персональным.

Отметим, что в 40-х гг. XX века исследователи Г. Олпорт и Л. Постман анализируя слухи как информационное сообщение, предназначенное для передачи посредством массовой коммуникации, обосновали теорию, согласно которой информация (слухи) претерпевает 3 тенденции, обозначаемые авторами как «сглаживание», «заострение» и «ассимиляция».

При «сглаживании» информация имеет сжатый вид: здесь используется минимум слов для пересказа (информация приобретает вид лозунга).

Для «заострения» характерно ограничение количества деталей для облегчения восприятия. Сообщение конструируется, исходя из общего контекста передаваемой информации, с целью образовать некую схему, на основании которой впоследствии выстроится некая «история событий».

При «ассимиляции» происходит вычеркивание одних деталей с целью выделения других, что приводит к трансформации всей информации, как правило, предстающей в итоге в искаженном виде.

Именно «ассимиляции» авторы уделяют особое внимание, которая будучи неоднородной, включая в себя аспекты и индивидуального и социального, имеет следующие основные вариации:

- Комбинирование схожих деталей в сообщении для облегчения запоминания и восприятия информации;
- Составление сообщения, в соответствии с ожиданиями коммуникантов и основываясь на их «языковых» привычках, шаблонных выражениях;
- Сообщение отражает субъективные предпочтения коммуникатора, а также может содержать предвзятые суждения, предрассудки.

Отметим, что «ассимиляция» имеет 2 уровня: внешний, который содержит «сглаживание» и «заострение», и внутренний, который сказывается на материале (информации) лишь косвенным образом.

Необходимо отметить, что «ассимиляцию» исследователи считали основополагающим принципом распространения слухов как информационного сообщения, передаваемого в массовой коммуникации.

Таким образом, исследователи Г. Олпорт и Л. Постман обозначили особенности передачи, трансформации и усвоения слухов как информационного сообщения, что особенно актуально в современной геополитической ситуации, окрашенной все возрастающей тенденцией ведения информационных войн.

В 70-80-е годы XX века происходит трансформация социальной реальности: переход от индустриального к постиндустриальному (информационному) обществу, что требует создания теорий, предметно описывающих коммуникативный характер трансформируемого общества. Общество начинает исследоваться как коммуникативный механизм, определяющий не только динамику, но и сущность происходящих социокультурных процессов.

В данном контексте интерес представляют исследования Ю. Хабермаса, считающего, что коммуникация является исторической формой, возникшей в культуре и отражающей ее (культуры) особенности. Коммуникация, осуществляемая в процессе повседневных действий, и определяет характеристики социума. Кроме того, ученый утверждает, что коммуникация изначально присуща языку, так как язык отражает те действия, которые типичны для социума. Назначение языка – это понимание субъектами друг друга в процессе коммуникации: посредством языка в коммуникации субъекты соотносят свои социальные установки и координируют действия. Таким образом, цель коммуникации – облегчить процесс взаимопонимания субъектов социума.

Необходимо отметить, что Ю. Хабермас обозначает такое понятие, как «коммуникативная компетентность» в качестве способности субъекта к коммуникации, овладение которой сугубо индивидуально.

В свою очередь, Н. Луман понимает коммуникацию как результат деятельности общества, воспроизводящего самое себя. Ученый считает, что при коммуникационном взаимодействии велика вероятность «случайности» (случайных факторов), которые не поддаются управлению. Кроме того, ученый вводит понятие «сеть коммуникации», под которыми подразумевает совокупность множества отдельных коммуникативных связей и считает, что общую характеристику социума можно составить на основании анализа данной сети.

Системой, управляющей сетями коммуникации, Н. Луман определяет масс-медиа – учреждения, которые открыто и публично передают информацию с помощью технических средств (радио и телевидение). Исследуя три аспекта коммуникации – информацию, сообщение, понимание – считает, что процессы информатизации, характерные для информационного общества, приводят к тому,

что информация формируется из актуального для общества события. Это событие, становясь информацией, превращается в знание. Однако, по мнению Н. Лумана, избыточность информации приводит к тому, что информация перестает отражать происходящие в социуме реальные события.

В свою очередь, исследуя средства массовой информации, Х. Иннис выдвигает теорию о временных и пространственных СМИ, обязанных своим появлением новым технологиям.

Так, *временные СМИ* (цивилизация концентрируется на времени) стабильны, долго функционируют, передают культурные нормы и ценности, отражают окружающий мир и сохраняют культуру. Для них характерны устные виды коммуникации (эпос, песни), функционируют в традиционных обществах, со строгой социальной иерархией, где доступ к информации имеют элиты.

Пространственные СМИ (цивилизация концентрируется на производстве) легкие, подвижные, их удобно хранить и передавать адресату (папирус), они помогают управлять государствами, быстро растущими территориально, имеют разветвленную сеть управления.

Основываясь на исследованиях Х. Инниса, М. Маклюэн выделяет три этапа развития культуры: первобытно-дописьменный тип культуры для которого характерны устные средства коммуникации; письменно-печатный тип культуры как культура элит, где доступ к информации имеет лишь образованная часть общества; визуальный тип культуры, который возвращает человечество к мифу, с помощью которого можно держать под контролем эмоции субъектов.

Ученый М. Маклюэн делит средства коммуникации на «*прохладные*» и «*горячие*», где «*прохладные*» (легкие, бесстрашные, спокойные) – это телевидение и радио, а «*горячие*» (быстрые, полные страсти) – это печатные СМИ. Кроме того, исследователь считает деньги и одежду формой коммуникаций, где деньги – это язык коммуникации, а одежда говорит о статусе, профессии, религии и убеждениях субъекта коммуникации.

Тезисы лекций по теме 13: «Модели и структурные компоненты коммуникаций»
(2 часа)

Вопросы:

1. «Коммуникатор», «коммуникант», «сообщение (информация)», «код», «канал», «реакция» (эффективность) как основные элементы коммуникации.
2. Модели и элементы речевой коммуникации Аристотеля и Квинтилиана: сравнительный анализ.

3. Анализ линейных моделей коммуникации Г. Лассуэлла, К. Шеннона и У. Уивера, Р. Якобсона и др.
4. Нелинейные модели коммуникационного процесса: элементы и возможность применения в деятельности культуролога-менеджера (модель Н. Винера, Т. Ньюкомбо, М. де Флера, Ч. Осгуда и У. Шрамма и др.).
5. Достоинства и недостатки модели Шульца фон Туна; модель П. Лазарсфельда, Б. Берельсона и Г. Годе.
6. Структура модели «публичной коммуникации» А. Кривоносова и ее применение в практической деятельности культуролога-менеджера.

Анализ исследований Аристотеля, посвященных искусству оратора, технике и приемам, необходимым для убеждения, дает возможность выделить три компонента коммуникации:

- Оратор (кто говорит – коммуникатор, отправитель, адресант);
- Речь (непосредственно само сообщение, информация);
- Слушатель (аудитория, коммуникант, получатель, реципиент, адресат).

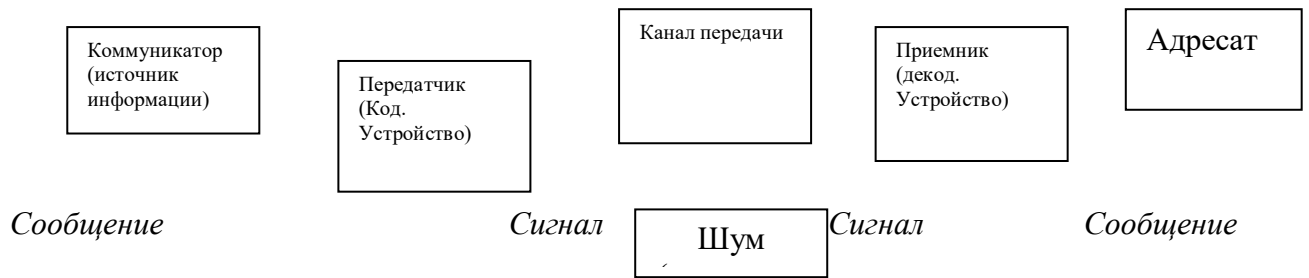
Аристотель подчеркивает, что риторике необходима аргументация и делит аргументацию на три группы: этос, логос, пафос. Так, этос – это условия и соглашения, на основании которых риторике дозволено действовать. Пафос отвечает за внесение новизны в тему и форму речи, т.е. за индивидуальность речевого акта. Логос – это словесное наполнение мысли, собственно красноречие, при котором расположение слов происходит в определенном порядке.

В свою очередь, Квинтилиан, рассуждая о природе риторики и целях, которые она преследует, видах речей и композиции, считал, что о том или ином событии или поступке можно судить, если об этом событии или поступке известен ответ на следующие семь вопросов:

1. «кто?» (оратор);
2. «что сделал?» (сообщение);
3. «где?» (место);
4. «какими средствами?» (канал);
5. «зачем?» (цель);
6. «как?» (метод, техника);
7. «когда?» (время).

Таким образом, «где?» (место), «какими средствами?» (канал), «как?» (метод, техника), «когда?» (время) – это те вспомогательные элементы коммуникационной модели, которые Квинтилиан выделяет, чтоб речь оратора достигла цели.

Отметим, что в конце 1940-х гг., К. Шеннон, являясь сотрудником известной лаборатории «Белл Телефон», занимался прикладными инженерно-техническими задачами, связанными с проблемами передачи сообщений по разным каналам связи. Созданная совместно с У. Уивером коммуникационная модель выглядит следующим образом:



Коммуникатор создает сообщение, использует передатчик, где оно преобразуется в сигнал и идет по каналу связи, ведущему к приемнику. Приемник декодирует сообщение, и оно приходит получателю. В процессе передачи сигнала могут отмечаться шумы. Шум может привести к тому, что переданный и полученный сигналы будут отличны друг от друга. Следовательно, сообщение, созданное коммуникатором, и сообщение, полученное реципиентом, могут отличаться по смыслу. Нивелирование или устранение «шума» достигается посредством повтора информации либо применения других каналов связи (устройств).

Недостатками вышеозначенной модели коммуникации, во-первых, является тот факт, что здесь коммуникация выступает как однонаправленный процесс, а во-вторых, коммуникатор не может проверять действия адресата (корректность переданного сообщения) и, соответственно, выстраивать свои дальнейшие действия.

В свою очередь Р. Якобсон, исследуя функции языка предложил модель коммуникации, в которой от адресанта к адресату отправляется сообщение, которое написано с помощью кода (языка). Контекст в сообщении (смысл) – это содержание сообщения, информация, которая передается. Контакт – это физический канал, психологическая связь между отправителем и получателем обуславливающие возможность установить и поддерживать коммуникацию.

Модель Р. Якобсона:



Контакт *Код*

Каждый элемент в вышеозначенной модели коммуникации связан с определенной функцией языка. Так, *Адресант* – это экспрессивная функция языка, отвечающая за передачу эмоционального состояния говорящего, его субъективного отношения к явлениям и предметам. Данная функция выражается посредством тональности языка, интонаций, глаголами в повелительном наклонении, усилительными частицами. *Сообщение*: отвечает за поэтическую/эстетическую функцию языка, что означает сосредоточение на самом сообщении как таковом, его форме. *Контекст*, будучи референтной функцией языка, передает информацию о предмете или явлении. Это самое ключевое в сообщении, и данную важность подчеркивают такие выражения, как «обратите внимание», «следует подчеркнуть», «необходимо выделить» и т.д. *Контакт* как фатическая функция языка своей целью определяет установление психологического контакта с собеседником. *Код* как метакоммуникативная функция языка отвечает не только за установление акта коммуникации, но и способность отправителя наиболее полно реализовать свое коммуникативное намерение, свою цель, ради которой организовывалась коммуникация. *Адресат* (конативная функция языка) означает ориентацию на получателя сообщения с целью воздействия на него.

Отметим, что *Н. Винер*, подчеркивая, что кибернетика – это наука, которая исследует процессы взаимосвязи и управления как в биологических организмах, так и в искусственных системах, разработал модель коммуникационного процесса:



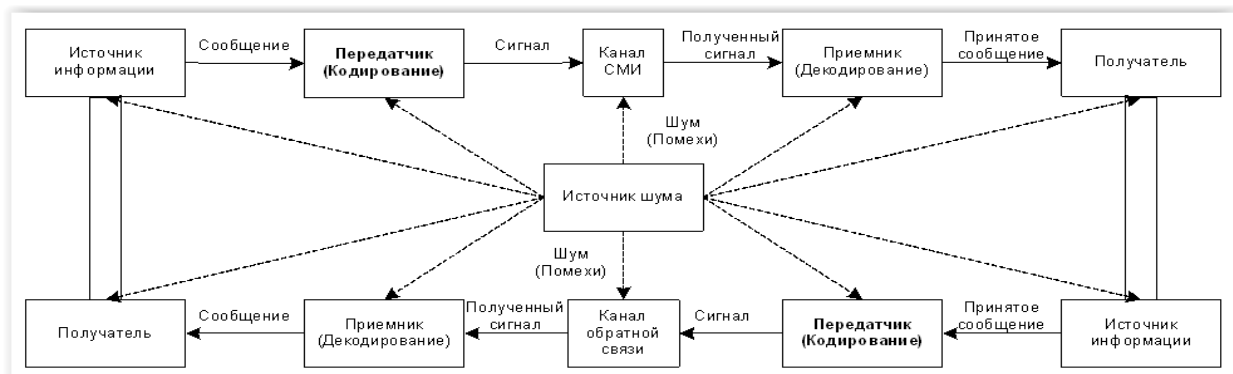
В вышеозначенной модели предложены следующие элементы:

- *Источник/получатель*, которым может быть как человек, так и механико-техническое устройство.

- Сообщение (информация), как обозначение содержания, полученного из внешнего мира в процессе нашего приспособления к нему и приспособивания к нему наших чувств.
- *Канал*, который может быть как искусственно созданный (технический), так и естественный (речевая деятельность).
- *Обратная связь*, которую, изучая двоичную систему сигналов в системах связи, ученый определил, в двух видах, а именно: негативную как более информативную, показывающую, в чем и где сбой и ошибки системы, какая информация не доступна пониманию получателя, как исправить систему (организацию, технические средства), чтобы ее состоянию была характерна стабильность и не было сбоев; и позитивную, которая сохраняет и усиливает прежнее состояние системы, дает положительную динамику.

Таким образом, кибернетическая модель коммуникации Н. Винера рассматривает общество, как систему, эффективно функционирующую в том случае, если есть обратная связь. Данная модель используется в различных организациях, функционирующих в современном обществе и связанных внешними и внутренними коммуникационными связями и отношениями. Особенно востребована модель в PR- и политических коммуникациях, где происходит обмен информацией с общественностью.

Модель М. Де Флера



В свою очередь американским теоретиком медиаккультуры и массовых коммуникаций, профессором факультета массовых коммуникаций Бостонского университета М. Де Флером была предложена модель массовой коммуникации. Данная модель описывает массовую коммуникацию как целостную систему и как часть социума. На основании исследований массовых коммуникаций в США, автор выделяет определенные компоненты массовой коммуникации и описывает алгоритм коммуникационной модели следующим образом:

- Отправитель и его первоначальная идея («значение»);

- Сообщение, в которое трансформировалась идея для дальнейшей передачи в СМИ;
- СМИ по определенному каналу отправляет уже не просто сообщение, а информацию получателю;
- Получатель декодирует «информацию» в «сообщение»;
- Далее сообщение трансформируется в идею («значение»);
- Трансформация происходит под воздействием «шума» — информационного шума, изменившиеся обстоятельства;
- Обратная связь, замыкающая цепочку следования информации от источника до получателя.

Основными достоинствами данной модели являются, во-первых, цикличность процесса, при котором и отправитель и получатель, постоянно меняются ролями, переводя принятое сообщение в информацию, которая затем посылается обратно по каналу связи, с целью получить подтверждение правильности декодирования. Коммуникация состоялась, если между первым и вторым значениями есть соответствие. Во-вторых, в модели учтены помехи (воздействие «шума»). Коммуникатор, при этом имеет возможность повысить эффективность передачи информации, учтя шум (характеристики и возможные «сбои») имеющегося канала связи, что влияет на качество обратной связи. В-третьих, коммуникационная модель М. Де Флера является первой моделью, содержащей двухстороннюю обратную связь с целевой аудиторией в процессе коммуникации.

Модель Шульца Фон Туна



Модель межличностной коммуникации, разработанная профессором Шульцем фон Туном, акцентирует внимание на том, что при коммуникации важным элементом является не только передаваемая информация, но и отношение к собеседнику, а также желание «принятия» получателем норм, правил и идеалов отправителя.

Так, ученый представляет свою коммуникативную модель в виде квадрата, где каждое сообщение включает в себя четыре аспекта:

- *Факт* как передаваемая информации (сообщение);

- *Отношение*, означающее отношение к собеседнику, выражение своих эмоций по отношению к получателю сообщения;
- *Самораскрытие* как информацию «о себе», вплетаемую в переданное сообщение;
- *Призыв*, то есть то, на что мы хотим повлиять (привлечь на свою сторону).

В качестве достоинств данной диалоговой модели коммуникации можно определить, во-первых, наиболее оптимальную структуру передаваемой информации (структурирование понятного и не двусмысленного текста); во-вторых, проявление эмпатии, желание понять собеседника; в-третьих, проявление личностных качеств, социальных установок отправителя; в-четвертых, определение конечной цели коммуникации, заключенной в желании влияния (управления); в-пятых, учет обратной связью реакции получателя на коммуникативное послание.

Однако в данной модели автором не учтены особенности невербального поведения (использование невербальных средств коммуникации). Кроме того, модель построена на выстраивании психологических связей, дающих гарантию «быть услышанным», следовательно, она не учитывает особенности коммуникации в больших организациях, то есть не подходит для массовой коммуникации.

Модель PR-коммуникации А. Кривоносова



Модель PR-коммуникации А. Кривоносова (школа PR Санкт-Петербурга) отражает результаты исследования феномена PR-информации. В данной модели всесторонне анализируя жанровые разновидности PR-текстов. Элементами вышеозначенной модели PR-коммуникации выступают:

1. *Источник* в качестве базисного субъекта пиар, инициатора коммуникативного процесса, которому присущи такие основные характеристики как статусность, надежность, привлекательность, доверие потребителей.

2. *PR-текст (сообщение)*, представляющее собой идеи, которые стремится донести специалист службы PR получателю, и которые подготовленные с использованием определенных кодов и символов, а также с учетом интересов целевой аудитории, норм и требований СМИ.

3. *Канал* как типологическая разновидность PR-текстов во всем их разнообразии.

4. *Код* – обработка PR-сообщения, выраженная в выборе определенного жанра PR-текста, с целью обеспечения интерпретации сообщения получателем в соответствии с целью коммуникации.

5. *СМИ*, целью которых является распространение сообщения посредством различных средств массовой информации.

6. *Получатель* (целевая аудитория).

7. *Результат коммуникации* как изменение в знаниях целевой аудитории; или изменение установок, относительно устойчивых представлений аудитории об определенном продукте или услуге; либо изменение поведения аудитории на основании полученной информации.

8. *Обратная связь*, которая в данной модели означает потребность получателя информировать отправителя о своей реакции.

Необходимо отметить, что акцент в данной коммуникационной модели направлен не на аналитическую работу аудитории по декодированию текста, а на такой ее элемент как «результат коммуникации».

Тезисы лекций по теме 14: «Доминанты коммуникации и их классификация»
(2 часа)

Вопросы:

1. Понятие «доминанта коммуникации», классификация доминант коммуникации: социокультурный аспект.

2. Стратификационные доминанты коммуникации и их применение в коммуникативной практике.

3. Ситуативные доминанты коммуникации: особенности практического действия.

4. Качественные характеристики и использование в профессиональной деятельности культуролога-менеджера оценочных доминант коммуникации.

5. Сущность и проявление в профессиональных коммуникациях функциональных доминант коммуникации.

Доминанты коммуникации – это инструменты, акцентирующие и обуславливающие коммуникативные особенности собеседника, его поведение, модель общения, внешний вид.

Учитывая, что коммуникация – это социально обусловленный процесс взаимодействия субъектов культуры, осуществляемый в обществе и регулирующий их деятельность, доминанты коммуникации носят социальный характер и подразделяются на 4 основные группы: *стратификационные доминанты, ситуативные доминанты, оценочные доминанты и функциональные доминанты* коммуникации.

Так, к *стратификационным доминантам коммуникации* относится социальный статус коммуникантов, социальная дифференциация, интеграция и интерференция.

Социальный статус – это характеристика социальной позиции человека в определенном обществе.

Социальная дифференциация – это социальные различия коммуникантов. Социальная дифференциация отвечает за стимулирование разных форм деятельности субъектов культуры, которых можно выделить в определенную группу. Коммуникация здесь осуществляется в свободное от профессиональной деятельности время определенных групп и слоев населения.

Социальная интеграция – это процесс, цель которого заключается в достижение единства, согласованности внутри системы, основанной на взаимозависимости и взаимодополняемости элементов. Социальная интеграция является характеристикой совпадения целей, интересов различных социальных групп. Может быть естественной (объединение вокруг общих целей на основе совпадения индивидуальных и групповых интересов) и принудительной (строится посредством запрета на различия, подчинение личных интересов заданным извне целям).

Социальная интерференция – это особый вид взаимодействия социальных и коммуникативных факторов, а именно: это, как правило, смешение двух языков (родного и неродного), либо разных коммуникативных кодов (официального и неофициального, литературного и жаргонного) в рамках одного языка; либо временное включение в действующую коммуникативную систему отдельных «инородных» по своей функционально-стилистической ценности элементов.

В свою очередь, *ситуативную группу доминант коммуникации* составляют коммуникативная роль, коммуникативная сфера, коммуникативная ситуация и коммуникативная установка.

Коммуникативная роль – это определенное поведение субъекта в определенной ситуации. Коммуникативная роль сопряжена с категорией

«социальный статус», поэтому для обозначения часто используется термин «социальная роль».

Коммуникативная сфера – это социально обусловленная область коммуникативной деятельности человека, имеющая свои функции, определяемые коммуникативными потребностями как необходимостью сообщить или получить некоторую информацию. Коммуникативная сфера тесно связана с общественной деятельностью людей, интегрирует целый ряд социально значимых характеристик коммуникации, таких как смысловая информация, социальный статус коммуникантов, их коммуникативные роли и степень мотивированности в обмене информацией. Особенность коммуникативной сферы состоит в ее динамичности – способности многократно изменять тематику коммуникации в зависимости от мотивированности коммуникантов. Различают обиходно-бытовую, деловую, научную, профессиональную и художественно-творческую типовые коммуникативные сферы.

Коммуникативная ситуация – это совокупность условий, в которые включены субъект и объект определенной деятельности, оказывающие влияние на эту деятельность. Коммуникативная ситуация способствуют или ограничивает взаимодействие коммуникантов и их взаимное воздействие. Определяющими для коммуникационной ситуации являются три условия – место коммуникации, временная продолжительность коммуникации и участники коммуникации, от которых зависит создание конкретной ситуации. Коммуникативные ситуации делятся на два основных типа: благоприятные, способствующих сплочению, пониманию, интеграции коммуникантов; и неблагоприятные, приводящих к непониманию, конфликтам, дезинтеграции субъектов коммуникации.

Коммуникативная установка – это воздействие на партнера по коммуникации с определенной целью. Коммуникативная установка – это связующее звено между социальной информацией и речевым поведением коммуникантов. Коммуникативная установка неразрывно связана с коммуникативной ситуацией и может быть выражена непосредственно (с помощью вербальных средств) или косвенно (с помощью стереотипного высказывания и невербальных средств). Способом выражения коммуникативной установки служит коммуникативный код, который выбирается в зависимости от ситуации.

Необходимо отметить, что *оценочные доминанты коммуникации* включают в себя ценностную ориентацию, оценочную информацию, оценку партнера, самооценку и культурный стереотип.

Ценностная ориентация, определяя прерогативу существующих в мире вещей, их первостепенное или несущественное значение, выступает важным фактором, обуславливающим мотивы личности, вступающей в коммуникацию.

Оценочная информация – это качественная оценка субъектами коммуникации реалий окружающей действительности, то есть вещей и явлений, существующих в культуре того или иного общества.

Оценка партнера по коммуникации – это позитивное или негативное отношение, которое выражает личность (группа, организация) к субъекту коммуникационного взаимодействия. Оценка партнера по коммуникации влияет на характер коммуникативных актов, их динамику или приостановление.

Самооценка – это устойчивое мнение человека о себе, включая интеллект, внешность, здоровье, социальный статус. Самооценка в процессе коммуникационного взаимодействия обуславливает характер коммуникационного процесса.

Культурный стереотип – это устойчивое, обобщенное представление о носителях иных культур, содержащее либо позитивную, либо негативную, либо нейтральную оценку субъектов (культурных групп). В процессе коммуникации культурные стереотипы стираются при условии общих целей и тесного взаимодействия.

В свою очередь, к *функциональным доминантам коммуникации* относятся контактоустанавливающая, самопрезентационная, аппелятивная, побудительная, волеизъявительная, регулирующая, ритуальная и перформативная доминанты коммуникации.

Контактоустанавливающая доминанта проявляется в устной и письменной формах коммуникации с помощью стереотипных вербальных высказываний и невербальных средств.

Самопрезентационная доминанта проявляется в ситуациях, когда говорящий намеренно или ненамеренно, сознательно или бессознательно создает свой образ, который может соответствовать или не соответствовать его социальному статусу и социальной роли. Здесь значительное место занимают невербальные средства.

Аппелятивная доминанта проявляется путем точной социальной ориентации (обращение к субъектам с разным социальным статусом, использование определенной формы обращения).

Побудительная доминанта проявляется посредством разъяснительных средств выражения, используемых в зависимости от статусно-ролевых отношений коммуникантов (тон, громкость голоса, паузы и т.д.).

Волеизъявительная доминанта актуализируется в речевых актах (распоряжение, приказ).

Регулирующая доминанта проявляется в официальных ситуациях с помощью вербальных средств, используемых в стереотипных высказываниях (речевых формулах).

Ритуальная доминанта проявляется в ситуациях, связанных с официальными церемониями, религиозными обрядами, поверьями и суевериями. Выражается с помощью постоянного набора вербальных и невербальных средств и имеет ярко выраженную национальную специфику, обусловленную социокультурными факторами развития нации, этноса.

Перформативная доминанта часто следует вместе с ритуальной, так как актуализируется в стереотипных ситуациях и установках коммуникации. К специфическим чертам перформативной доминанты относится сообщение информации о совершаемых действиях и то, что высказывание и совершаемое действие – равны.

Тезисы лекций по теме 18: «Информация как основа коммуникативного процесса. Средства массовой информации»
(2 часа)

Вопросы:

1. Понятие «информация» в коммуникации, типология исследования свойств информации.
2. Понятия «социальная» и «биологическая» информация и их характеристики.
3. Сущностные характеристики понятия «массовая информация» и ее функционирование в современном социуме.
4. Средства массовой информации: характеристики, типология, основные функции.
5. Пропаганда и манипуляция как методы влияния средств массовой информации на формирования общественного мнения.

В коммуникации под *информацией* понимаются сведения, которые представляют определенный интерес и которыми субъекты обмениваются в процессе взаимодействия.

Информация лежит в основе мыслительной деятельности человека и в настоящий момент является важнейшим стратегическим ресурсом общества, так как фиксирует не только сущность существующих в мире вещей (формы

бытия), их взаимосвязи, является фактором развития всех сфер культуры и общества. Необходимо отметить, что информацию содержат письменные тексты, речь, природные явления. Следовательно, информация включает в себе сведения о природных явлениях, их развитии и структуре, разнообразии и упорядоченности.

Так, *источником информации* в вербальной коммуникации, как правило, выступает говорящий или пишущий субъект (создатель сообщения). *Каналом* информации здесь выступает голосовой аппарат создателя сообщения, письмо, а также технические средства распространения информации (печать, радио, телевидение, компьютерные сети). Каналы подразделяют на средства массовой коммуникации и межличностные каналы.

Кодирование информации в речевом акте – это перевод информации из внутримозгового кода в языковые единицы. В свою очередь, *декодирование* информации представляет собой обратный процесс восприятия и понимания полученного высказывания.

Отметим, что *получатель информации* (индивид, группа индивидов, массовая аудитория), принимает сообщение и осуществляет процесс декодирования — перевода речевого кода во внутренне мыслительный процесс.

К основным характеристикам информации относятся:

- **Ценность.**

Ценность информации содержательного характера определяется ее новизной, свежестью и неожиданностью (ценность социально и художественно значимой информации не уменьшается в результате многократных повторений).

- **Репрезентативность**, означающую правильность отбора и формирования информации в целях адекватного отражения свойств объекта.

- **Содержательность** (семантическая емкость).

- **Доступность** (оптимальная возможность получения потребителем).

- **Актуальность.**

- **Своевременность.**

- **Достоверность** (точно отражать существующие явления).

- **Защищенность** (невозможность использования или изменения без согласия владельца информации).

- **Эргономичность** (удобство формы, объема для получателя)

Отметим, что информацию принято разделять на *социальную и биологическую*. Так, *социальная информация* – это сведения, которые извлекаются, создаются, передаются и принимаются, хранятся, применяются

субъектами общества. Социальная информация передается при непосредственном взаимодействии субъекта с иными субъектами, группами, целевыми аудиториями, а также при помощи различных технических средств (в том числе при помощи средств массовой информации).

В свою очередь, *биологическая информация* – это сведения, которой обладают живые объекты (биологические системы). Информация здесь управляет конструированием самого объекта и свойственными ему процессами.

К основным характеристикам биологической информации необходимо отнести:

- Увеличение степени ценности в процессе эволюционного и индивидуального развития.
- Способность передаваться из поколения в поколение путем смены материальных носителей, увеличиваясь количественно и качественно.
- Исключительную необходимость в хранении и запоминании.
- Быструю трансляцию при взаимодействии с другими, жизненно необходимыми системами.
- Кодирование с помощью химических символов.
- Передачу посредством различных молекулярных носителей.

Отметим, что под массовой информацией необходимо понимать аудио- и аудиовизуальные, печатные и иные сообщения (материалы), предназначенные широкому кругу лиц, переданные посредством теле- или радиовещания, Интернет-ресурса, а также посредством иного канала распространения.

К основным характеристикам массовой информации относятся следующие характеристики:

- Направленность сообщения на массового потребителя при отсутствии непосредственного контакта, то есть вне зависимости от масштаба аудитории и ее и территориального нахождения.
- Соответствие информационным потребностям аудитории.
- Доступность для потребителя в содержательном и финансовом плане.
- Возможность одновременного получения сообщения всей целевой аудиторией.
- Создание единой позиции по жизненно важным вопросам.
- Открытость для обсуждения всех желающих (представителей аудитории).
- Распространение при помощи средств массовой информации.

Отметим, что *средства массовой информации* (далее – СМИ) – это определенный инструмент периодического распространения массовой

информации с использованием печати, теле- и радиовещания, сети Интернет, а также сетевое издание, размещенное непосредственно в Интернет пространстве.

СМИ присущи следующие ключевые функции: *информативная, идеологическая, когнитивная, образовательная, развлекательная, рекламная* функции.

Так, информативная функция СМИ отвечает за информирование аудитории о событиях и условиях жизни сообщества, мира в целом, что обеспечивает устойчивость и динамику мирового порядка. В полной мере реализуется в новостных материалах в прессе, а также в программах новостей на телевидении и радио, а также на новостных порталах в Интернет пространстве.

В свою очередь, идеологическая функция СМИ, благодаря оценке и анализу конкретных фактов текущей политической, экономической и других сфер жизни, отвечает за формирование ценностных ориентиров субъектов общества. При этом интерпретация и оценка событий осуществляются на уровне, как отбора фактов, так и их освещения с тех или иных идеологических позиций с использованием определенных лингвостилистических средств.

Когнитивная функция СМИ проявляется в том, что язык СМИ создает определенную картину мира, осуществляет управление, контролирование и регулирование поведения огромных масс людей.

Развлекательная функция СМИ проявляется посредством разнообразных музыкальных программ и материалов развлекательного характера, позволяющих заполнить свободное время, получить эстетическое наслаждение, эмоциональную разрядку.

СМИ присуща образовательная функция, с помощью которой осуществляется повышение образовательного уровня аудитории, распространение знаний в рамках специальных образовательных программ, каналов.

Рекламная функция СМИ (функция убеждения) связана с воздействием на массовую аудиторию с целью убеждения в необходимости приобрести те или иные товары или воспользоваться определенными услугами.

Необходимо отметить, что с помощью СМИ осуществляется *пропаганда* как устная или письменная деятельность СМИ по популяризации и распространению определенных идей в общественном сознании.

В настоящий момент пропаганда включает формирование общественного мнения на основе осознания пользы предлагаемой информации для общества и, в отличие от манипуляции, утверждает определенные цели публично.

В свою очередь, *манипуляция* – это способ психологического воздействия, с целью изменить мнения, установки, поведение индивида в собственных интересах

так, чтоб данное изменение произошло для него неосознанно (осталось незамеченным).

Отметим, что манипуляция не всегда носит негативный характер, так как используется в воспитательных целях (убеждение, обучения), а также применяется руководителями организаций с целью активизации продуктивной деятельности своих сотрудников.

Манипуляция подразделяется на *первичную и вторичную*. Так, *первичная манипуляция* – это продуманное действие, у которого есть заказчик, исполнитель, знающие цель и приемы манипулирования. В свою очередь, *вторичная манипуляция* – это распространение манипулятивного материала теми, кто сам является жертвой первичной манипуляции (например, посты в социальных сетях размещаются людьми, уже поддавшимися манипулированию, а затем тиражирующую информацию, которая произвела на них впечатление).

Кроме СМИ, как эффективного источника манипуляции, манипулятивным потенциалом обладают реклама, кинематограф, сеть Интернет (например, компьютерные игры).

Специфика манипуляций СМИ заключается в том, что последние вовлекают большие аудитории в данный процесс. Вторичная манипуляция происходит посредством тех читателей газет или зрителей теленовостей, которые тиражируют полученные сведения. Кроме того, СМИ, в отличие от других источников информации, вызывают привыкание, формируют зависимость: человеку становится сложно отказаться от привычного просмотра или прочтения новостей.

***Тезисы лекций по теме 19: «Информация как объект защиты.
Информационные войны»
(2 часа)***

Вопросы:

1. Понятие «информационная безопасность», классификация центров информационной безопасности.
2. Средства защиты информационной безопасности: технические, программные, организационные, морально-этические, законодательные.
3. Государство и субъекты социума как собственники информации: сущностные характеристики.
4. Понятие «защита информации», основные правовые и нормативные документы Республики Беларусь, связанные с предметной областью защиты информации.

5. Понятие «информационная война»: объекты воздействия, сферы ведения информационных войн, основные методы противостояния информационным войнам.

Информационная безопасность – это защищенность информации и поддерживающей ее среды от преднамеренных или непреднамеренных воздействий естественного или искусственного характера, могущих нанести ущерб или вред владельцам, а также пользователям информации.

Для обеспечения информационной безопасности важны не только специальные законы, учебные курсы, программно-техническое обеспечение, но и постоянная их модернизация, поиск новых технологий, позволяющих во время реагировать на угрозы информационной безопасности, предвидеть новые угрозы и уметь им противостоять.

Неправомерно ставить знак равенства между понятием «информационная безопасность» и «компьютерная безопасность», так как компьютеры являются лишь элементом общей структуры информационных систем.

Центрами информационной безопасности в Республике Беларусь являются государственные организации, общественные и коммерческие организации, неформальные объединения.

Общей целью центров информационной безопасности является координация мер, направленных на решение проблем, возникающих в вопросе защиты информации, а также разработка исследований и конкретных практических решений в сфере обеспечения информационной безопасности, аналитическая деятельность и прогнозирование.

Необходимо отметить, что к *средствам защиты информационной безопасности* относятся: технические, программные, организационные, морально-этические, законодательные средства.

Так, *технические средства защиты информационной безопасности* – это использование различных электронных устройств, которые реализуют следующие основные способы защиты: распознавание и проверку подлинности пользователей информации; разграничение доступа к информации; закрытие информации; резервирование ресурсов и компонентов систем обработки информации.

В свою очередь, *морально-этические средства* – это сложившиеся в обществе или определенном коллективе моральные нормы, этические правила, соблюдение которых способствует информационной безопасности, а их нарушение приравнивается к несоблюдению правил поведения в обществе или коллективе.

Специальные простые или комплексные программы, предназначенные для решения задач, связанных с обеспечением информационной безопасности являются *программными средствами* защиты информационной безопасности.

Организационные средства защиты – это организация производственной деятельности и профессиональных взаимоотношений путем специальных мероприятий, созданных согласно нормативно-правовой базы таким образом, при котором разглашение, утечка и несанкционированный доступ к конфиденциальной информации невозможен или затруднен.

Законодательные средства защиты – это правовые акты, которые регламентируют правила использования, обработки и передачи информации ограниченного доступа, а также устанавливают меры ответственности за нарушение этих правил.

Отметим, что *государство* как форма организации общества, обеспечивающая его целостность и устойчивость, является одним из собственников информации.

В частности, в целях обеспечения национальной безопасности и степени ценности информации для государства, а также руководствуясь правовыми, экономическими и другими интересами информация как собственность государства может быть *открытой*, то есть общедоступной (использование без специального разрешения, публикуемая в средствах массовой информации, оглашаемая в выступлениях и т. п.), и быть *информацией ограниченного доступа* и использования, то есть содержать сведения, составляющие тот или иной вид тайны, подлежащей защите, охране, наблюдению.

К открытой информации, в частности, относятся законодательные и другие нормативные акты, устанавливающие правовой статус определенных органов государственной власти; документы, содержащие информацию о необходимой для обеспечения безопасного функционирования государства, его граждан; о деятельности органов государственной власти, исполнительных органов и органов местного самоуправления; а также документы, накапливаемые в открытых фондах библиотек и архивов, общественных объединений, представляющие общественный интерес или необходимые для реализации прав, свобод и обязанностей граждан.

В свою очередь, к закрытой информации необходимо отнести государственную тайну – защищаемые государством сведения в области военной, внешнеполитической, экономической, разведывательной, контрразведывательной и оперативно-розыскной деятельности, распространение которых может нанести ущерб безопасности государства.

Отметим, что *субъекты социума*, также являются собственниками информации.

Открытой информацией субъектов социума являются сведения, которые что гражданин по собственному волеизъявлению оглашает или по собственному желанию размещает в открытом доступе (например, в социальных сетях пространства Интернет).

К *закрытой информации субъектов социума* необходимо отнести служебную тайну (информация ограниченного распространения, к которой относятся несекретные сведения, касающиеся деятельности организации, и ограничения на распространение которых диктуются служебной необходимостью); производственную тайну (например, патент организации до его патентной регистрации и оглашения; профессиональную тайну (сведения, которые переданы одним физическим лицом другому относящемуся к той или иной организации и необходимые субъекту для выполнения профессиональной деятельности. Так, не подлежит оглашению тайна вероисповедования, врачебная тайна (диагнозы, лечение, история болезни), тайна страхования, завещания, имущества, голосования, контактных данных, судимости и правонарушений, налогов и сборов, пожертвований, профессионального мастерства.

Отметим, что *защита информации* – это принятие правовых, организационных и технических мер, направленных на обеспечение защиты информации от неправомерного доступа, уничтожения, модифицирования, блокирования, копирования, предоставления, распространения, а также от иных неправомерных действий в отношении такой информации.

К *основным правовым документам Республики Беларусь, связанным с предметной областью защиты информации* необходимо отнести международные договора (например, Соглашение между Правительством Республики Беларусь и Правительством Российской Федерации о сотрудничестве в области защиты информации; основные законы государства (например, Конституцию Республики Беларусь, где согласно ст. 34 гражданам страны гарантируется право на получение, хранение и распространение полной, достоверной и своевременной информации о деятельности государственных органов, общественных объединений, о политической, экономической, культурной и международной жизни).

Необходимо отметить, что современная геополитическая ситуация характеризуется масштабированием, массовым распространением информационных войн.

Информационная война – это целенаправленные действия, предпринятые для достижения информационного превосходства путём нанесения ущерба

информации, информационным процессам, информационным системам оппонента (противника) при одновременной защите собственной информации, информационных процессов и информационных систем.

Основными сферами ведения информационных войн являются политическая, дипломатическая, финансово-экономическая, инновационная и военная сферы.

Так в *политической сфере* объектами воздействия информационных войн выступают государство и его субъекты (граждане, социальные группы, партии и т.д.). В *дипломатической сфере* объекты воздействия - это дипломатические ведомства и их представители, общественные организации и объединения международного значения. *Финансово-экономическими* объектами ведения информационных войн являются государственные субъекты хозяйствования, государственные фонды, юридические субъекты хозяйствования. В *инновационной сфере* объектами воздействия: информационных войн являются лица, создающие и реализующие инновации, организации инновационной инфраструктуры, государственные органы, участвующие в регулировании инновационной деятельности и др.

Объектами воздействия информационных войн в *военной сфере* выступают оборонно-промышленный комплекс, органы и институты по обеспечению национальной безопасности и суверенитета, руководящие органы государственно-общественных и добровольческих организаций содействия государству в решении оборонных вопросов и др.

Основными формами информационных войн являются командно-управленческая и разведывательная формы, экономическая, электронная, психологическая и хакерская войны.

В частности, *командно-управленческая форма* информационной войны нацелена на каналы связи между командованием и исполнителями и преследует цель лишение их управления. В свою очередь, при осуществлении *разведывательной* войны происходит сбор важной в военном отношении информации. *Экономическая информационная война* имеет две формы: информационную блокаду как перекрытие каналов коммерции (направленная против государства) и информационный империализм (часть общей политики экономического империализма). *Электронная война* направлена против средств электронных коммуникаций, таких как радиосвязь, радиолокационные станции, компьютерные сети и др. При осуществлении *психологической войны* происходит так называемая «информационная обработка» населения, включающая в себя 4 составляющие: подрыв гражданского духа, деморализация Вооруженных Сил, дезориентация командования и война культур. *Хакерская*

война окрашена диверсионными действиями против гражданских объектов противника, а именно: паралич сетей связи; введение случайных ошибок в пересылку данных, хранение информации и услуг; тайный мониторинг сетей; несанкционированный доступ к закрытым данным с целью шантажа; компьютерные вирусы.

3. ПРАКТИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ

3.1 Тематика семинарских занятий

Семинарское занятие по теме 1: «Введение в учебную дисциплину» (2 часа)

Вопросы:

1. Цель, задачи и содержание учебной дисциплины.
2. Место учебной дисциплины в системе профессиональной подготовки культурологов-менеджеров.
3. Понятие «коммуникация». Междисциплинарный подход к исследованию коммуникации: коммуникация как объект исследования философии.
4. Коммуникация как социальный феномен: ключевые характеристики.

Список источников для подготовки:

1. Калачева, И. И. Теория коммуникативистики = Theory of contemporary communication studies : учебное пособие для иностранных студентов учреждений высшего образования по специальности магистратуры «Коммуникации» / И. И. Калачева, М. А. Гулюк. – Минск : РИВШ, 2021. – 382 с.
2. Коноваленко, В. А. Основы интегрированных коммуникаций : учебник и практикум для академического бакалавриата / В. А. Коноваленко, М. Ю. Коноваленко, Н. Г. Швед. – Москва : Юрайт, 2021. – 485, [1] с. : табл., рис. ; 21x14 см. – Библиогр.: с. 483-484 (18 назв.). – С. 231-389.
3. Самарцев, О. Р. Основы теории коммуникации [Электронный ресурс]: учебное пособие / О. Р. Самарцев. – Ульяновск : УлГУ, 2020. – 110 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book>. – С. 27-45.
4. Шарков, Ф. И. Коммуникология [Электронный ресурс]: основы теории коммуникации : учебник / Ф. И. Шарков. – 6-е изд., стер. – Москва : Дашков и К°, 2021. – 488 с. : ил. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=621689>. – С. 50-57, 109-346, 353-451.
5. Яскевич, Я. С. Философские проблемы социальной коммуникации : учеб. пособие для студентов учреждений высшего образования по специальности «Социальные коммуникации» / Я. С. Яскевич. – Минск : Вышэйшая школа, 2017. – 285 с.

**Семинарское занятие по теме 2: «Возникновение и развитие
коммуникационной культуры общества»
(4 часа)**

Вопросы:

1. Словесность, книжность, мультимедийность как типы коммуникационной культуры общества и их основные характеристики.
2. Словесность: особенности общинной коммуникационной системы, средства передачи информации, основные каналы, функции.
3. Письменность в качестве нового коммуникационного канала: предметное письмо, пиктограммы, иероглифы, буквенно-фонетическое письмо, их характеристики и значение для становления палеокulturой книжности.
4. Основные характеристики мануфактурной книжности конца XV-XVIII вв.
5. Индустриальная книжность XIX-XX вв. в странах Западной и Восточной цивилизаций.
6. Мультимедийность как феномен коммуникационной культуры XXI века: сущность, средства, каналы.

Список источников для подготовки:

1. Лазаревич, А. А. Становление информационного общества: коммуникационно-эпистемологические и культурно-цивилизационные основания : [моногр.] / А. А. Лазаревич ; [науч. ред. И. Я. Левяш]. – Минск : Беларуская навука, 2015. – 536, [1] с.
2. Маркова, В. А. Книга в социально-коммуникативном пространстве: прошлое, настоящее, будущее : пер. с укр. / В. А. Маркова ; [науч. ред., авт. предисл. Р. С. Гиляревский]. – М. : Профессия, 2019. – 343 с.
3. Таратухина, Ю. В. Межкультурная коммуникация в информационном обществе : учеб. пособие / Ю. В. Таратухина, Л. А. Цыганова, Д. Э. Ткаленко. – М. : Издательский дом Высшей школы экономики, 2019. – 254 с.
4. Павильч, А. А. Традиции книжной культуры в динамике коммуникативных процессов [Электронный ресурс] / А. А. Павильч // XIII Міжнародня Кірыла-Мяфодзіеўскія чытанні, прысвечаныя Дням славянскага пісьменства і культуры (Мінск, 24-26 мая 2007 г.) : матэрыялы чытаньняў / Беларускі дзяржаўны ўніверсітэт культуры. – Мінск, 2008. – С. 14-24. – Режим доступа: <http://hdl.handle.net/123456789/3065>. – Дата доступа: 15.08.2021.

***Семинарское занятие по теме 3: «Коммуникации в эпоху Античности»
(2 часа)***

Вопросы:

1. Особенности письменности в Древней Греции и Древнем Риме. Античные библиотеки и их функционирование.
2. Ораторское искусство Древней Греции: софистика, основные положения и представители. Значение софистики для развития коммуникаций.
3. Культура древнегреческого античного диалога: учения Платона, Сократа, Аристотеля и др. и их научный вклад в развитие коммуникаций.
4. Ораторское искусство Древнего Рима: теоретические и практические принципы ораторского искусства в учении Квинтилиана, Корвина, Цицерона, Сенеки и др.
5. Риторские школы и их программа обучения.

Список источников для подготовки:

1. Баева, О. А. Ораторское искусство и деловое общение / О. А. Баева. – 4-е изд., испр. – Минск: Новое знание, 2003. – 368 с.
2. Булудова, В. Н. Марк Фабий Квинтилиан – учитель красноречия / В. Н. Булудова [Электронный ресурс] // Бюллетень медицинских интернет-конференций. – 2017. – Т. 7 – № 6. – С. 850. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/mark-fabiy-kvintilian-uchitel-krasnorechiya?ysclid=lbt67f8kgb697402534>. – Дата доступа: 15.12.2022.
3. Ментцель, В. Риторика: искусство говорить свободно и убедительно / В. Ментцель. – М. : ИНФРА-М, 2010. – 132 с.
4. Печенёва, Т. А. Ораторское искусство / Т. А. Печенева. – Минск : Акад. упр. при Президенте Респ. Беларусь, 2009. – 189 с.
5. Шешко, Н. Б. Риторика / Н. Б. Шешко. – Минск : Современная школа, 2007. – 272 с.

***Семинарское занятие по теме 4: «Коммуникационные процессы в Средние века»
(2 часа)***

Вопросы:

1. Средневековая герменевтика: сущность и основные характеристики.

2. Герменевтика Александрийской и Антиохийской школы: основные положения и представители (Климент Александрийский, св. Иероним, Ориген, Филон, Юлий Африканский, св. Епифаний, Евсей Кесарский и др.).

3. Влияние религиозных догм на теоретические основания средневековой риторики в трудах Аврелия Августина, Беда Достопочтенного, Иоанна Златоуста и др.

4. Исследования гомилетики как науки о церковном проповедничестве в трудах Фомы Аквинского: коммуникативный аспект.

Список источников для подготовки:

1. Бурева, В. В. Гомилетика : учебник бакалавриата теологии [Электронный ресурс] / В. В. Бурева. – М. : Издательский дом «Познание», 2018. – С. 15-18, 23-28, 33-49. – Режим доступа: https://www.phantastike.com/christ/homiletics_textbook_bachelor/pdf/. – Дата доступа: 15.12.2022.

2. Махов, А. Е. «Язык вещей»: от средневековой герменевтики к ренессансной эмблематике [Электронный ресурс] / А. Е. Махов // Культурологический журнал. – 2013. – № 4 (14). – С. 1–11. – Режим доступа: http://cr-journal.ru/rus/journals/240.html&j_id=17. – Дата доступа: 15.12.2022.

3. Ревко-Линардато, П. С. Александрийская и антиохийская школы богословия и древнегреческая философия [Электронный ресурс] / П. С. Ревко-Линардато // Вестник Пермского университета. – 2013. – №1 (13). – С. 79–83. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/aleksandriyskaya-i-antiohiyskaya-shkoly-bogosloviya-i-drevnegrecheskaya-filosofiya>. – Дата доступа: 15.12.2022.

4. Соболева, М. Е. Философская герменевтика: понятия и позиция / М. Е. Соболева. – М. : Академический проект, 2014. – С. 5-7, 17-22, 26-36.

Семинарское занятие по теме 5 «Проблематика коммуникации в эпоху Возрождения и эпоху Просвещения» (2 часа)

Вопросы:

1. Человек как объект коммуникации в период Ренессанса. Формы, каналы коммуникации в эпоху Возрождения и их характеристики.

2. Книга как инструмент светского просвещения. Вклад И. Гуттенберга и Ф. Скорины в развитие коммуникации.

3. Структура языка, его основные коммуникативные характеристики в концепциях Ф. Бэкона, Д. Дедро Р. Декарта, Ж. Ж. Руссо, И. Ньютона, Г. Лейбница и др.

4. Определение «научная коммуникация» и ее понимание в XVIII веке: функции, формы, каналы.

5. Особенности, структура, основные функции языка как средства коммуникации в философии В. Гумбольта и И. Канта.

Список источников для подготовки:

1. Бахтиаров, А. А. Иоганн Гутенберг. Его жизнь и деятельность в связи с историей книгопечатания : биографический очерк / А. А. Бахтиаров. – Изд. 2-е. – М. : URSS, [2016]. – 93, [1] с.

2. Когнитивный словарь литературно-философского дискурса / ред.-сост.: Д. М. Бычков, Е. Н. Бадалова. – М. : Кнорус, 2016. – 264 с.

3. Павильч, А. А. Традиции книжной культуры в динамике коммуникативных процессов [Электронный ресурс] / А. А. Павильч // XIII Міжнародныя Кірыла-Мяфодзіеўскія чытанні, прысвечаныя Дням славянскага пісьменства і культуры (Мінск, 24-26 мая 2007 г.) : матэрыялы чытанняў / Беларускі дзяржаўны ўніверсітэт культуры. – Мінск, 2008. – С. 14-24. – Режим доступа: <http://hdl.handle.net/123456789/3065>. – Дата доступа: 15.08.2021.

4. Скибицкий, Э. Г. Научные коммуникации : учеб. пособие для бакалавриата и магистратуры / Э. Г. Скибицкий, Е. Т. Китова. – 2-е изд. – М. : Юрайт, 2018. – 204 с.

5. Узнікненне кнігадрукавання ў Еўропе і Беларусі = Возникновение книгопечатания в Европе и Беларуси = The emergence of book-printing in Europe and Belarus / Нацыянальная бібліятэка Беларусі ; [І. Я. Вашкевіч і інш. ; склад. А. А. Суша ; пад навук. рэд. Р. С. Матульскага]. – Мінск : Беларуская энцыклапедыя імя Петруся Броўкі, 2017. – 151 с.

Семинарское занятие по теме 6 «Исследования коммуникационных процессов в XIX – первой трети XX вв.» (4 часа)

Вопросы:

1. Герменевтические принципы, отраженные в концепции Ф. Шлейермахера: «субъект-субъектная» коммуникация и ее основные характеристики.

2. Коммуникативная проблематика в исследованиях Г. Гегеля, И. Фихте, А. Шопенгауэра и др.
3. Основные положения критики языка в теории Ф. Ницше.
4. Исследование языка в трудах Ф. де Соссюра, Ч. Пирса, Л. Витгенштейна и др.
5. Диалог и его основные характеристики в исследованиях М. Бубера, М. Бахтина и др.

Список источников для подготовки:

1. Богуславская, С. М. Диалог в трудах М. М. Бахтина [Электронный ресурс] / С. М. Богуславская // Вестник ОГУ. – 2011. – № 7(126). – С. 17-23. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/dialog-v-trudah-m-m-bahtina/pdf>. – Дата доступа: 15.12.2022.
2. Бочкарев, Л. В. Философия диалога Мартина Бубера [Электронный ресурс] / Л. В. Бочкарев // Вестник МГУЛ. – 2013. – № 5(97). – С. 12-15. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/filosofiya-dialoga-martina-bubera/pdf>. – Дата доступа: 15.12.2022.
3. Витгенштейн, Л. Логико-философский трактат / Л. Витгенштейн // Библиотека Либрусек [Электронный ресурс]. – 2012. – Режим доступа: <http://lib.rus.ec/b/139598/read>. – Дата доступа: 10.12.2022.
4. Лаврова, А. А. Философия языка Ф. Ницше: вызов традиции? / А. А. Лаврова // Электронная библиотека Фридриха Ницше [Электронный ресурс]. – 2000. – Режим доступа: <https://nietzsche.ru/look/xxc/estetika/lavrova/>. – Дата доступа: 15.12.2022.
5. Пильгун, Е. В. Семантика и прагматика кризисного дискурса / Е. В. Пильгун. – Минск : ИВЦ Минфина, 2020. – 202 с.
6. Смолик, А. И. Культура как диалог [Электронный ресурс] / А. И. Смолик // Навуковы пошук у сферы сучаснай культуры і мастацтва : матэрыялы навуковай канферэнцыі (Мінск, 28 лістапада 2013 г.) / Беларускі дзяржаўны ўніверсітэт культуры і мастацтваў. – Мінск, 2014. – С. 64-72. – Режим доступа: <http://repository.buk.by/123456789/17601>. – Дата доступа: 15.08.2022.
7. Федотова, М. Г. Понятие «означивание» в семиотических теориях Ф. де Соссюра и Ч. С. Пирса [Электронный ресурс] / М. Г. Федотова // Известия ПГПУ. – 2012. – № 27. – С. 412-421. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/ponyatie-oznachivanie-v-semioticheskikh-teoriyah-f-de-sossyura-i-ch-s-pirsa/pdf>. – Дата доступа: 15.12.2022

8. Шлейермахер, Ф. Герменевтика / Ф. Шлейермахер ; пер. с нем. А. Л. Вольского ; науч. ред. Н. О. Гучинская. – СПб. : «Европейский Дом». – 2014. – С. 5-40.

***Семинарское занятие по теме 7 «Развитие теории коммуникации в 1930-х- 1990-х гг.: основные концепции и их научное значение»
(2 часа)***

Вопросы:

1. Исследование коммуникации как внутренней потребности личности в учении К. Ясперса: понятие «подлинности» коммуникации, функциональные возможности языка в качестве средства передачи информации.
2. Факторы, определяющие коммуникационную потребность личности в теории З. Фрейда, К.-Г. Юнга, Э. Фромма; влияние факторов на процесс внутриличностной, межличностной и массовой коммуникаций.
3. Теории Э. Холла, Г. Олпорта и Л. Постмана о массовой коммуникации: основные положения.
4. Социальные факторы коммуникативных действий в теории Ж. д'Арси, Дж. Остина, Дж. Сёрля, Н. Лумана, Ю. Хабермаса и др.
5. Массовые коммуникации как социокультурный феномен в трудах Ж. Бодийяра, Х. Инниса, Г.-М. Маклюэна, А. Моля и др.

Список источников для подготовки:

1. Белозеров, А. Б. Понятие коммуникации в экзистенциальной философии К. Ясперса [Электронный ресурс] / А. Б. Белозеров // Вестник КГУ. – 2011. – № 3. – С. 58-62. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/ponyatie-kommunikatsii-v-ekzistentsialnoy-filosofii-k-yaspersa/pdf>. – Дата доступа: 15.12.2022.
2. Голиков, К. С. Экзистенциальная коммуникация Карла Ясперса – путь к подлинному бытию / К. С. Голиков [Электронный ресурс] // Человек. Культура. Образование. – 2019. – № 4 (34). – С. 24-31. – Режим доступа: <https://psyzel.ru/wp-content/uploads/2020/07/ekzistentsialnaya-kommunikatsiya-karla-yaspersa-ot-podlinn-h-chuvstv-k-podlinnomu-b-tiyu.pdf?ysclid=lbtbjj5h8p444842180>. – Дата доступа: 15.12.2022.
3. Горбатов, Д. С. Критический анализ концепции изменения слухов и ее модификации [Электронный ресурс] / Д. С. Горбатов // Наука и современность. – 2010. – № 3(2). – С. 77-82. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/kriticheskiy-analiz-kontseptsii-izmeneniy-sluhov-i-ee-modifikatsii/pdf>. – Дата доступа: 15.12.2022.

4. Коломейцев, И. А. Эволюция представлений о роли средств массовой коммуникации в работах Маршалла Маклюэна [Электронный ресурс] / И. А. Коломейцев // Вестник Нижегородского университета – 2013. – № 3(31). – С. 38-43. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/evolyutsiya-predstavleniy-o-rol-i-sredstv-massovoy-kommunikatsii-v-rabotah-marshalla-maklyuena/pdf>. – Дата доступа: 15.12.2022.

5. Лоскутникова, В. М. Хабермас и Луман: два подхода к исследованию процессов коммуникации в современном обществе / В. М. Лоскутникова [Электронный ресурс] // Гуманитарная информатика. – 2004. – № 1. – С. 81-96. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/habermas-i-luman-dva-podhoda-k-issledovaniyu-protsessov-kommunikatsii-v-sovremennom-obschestve/pdf>. – Дата доступа: 15.12.2022.

6. Фромм, Э. Человек для себя / Э.Фромм; пер. с англ. А.А.Чернышевой. – Минск : Коллегиум, 1992. – 256 с.

7. Юнг, К. Г. Душа и миф: шесть архитипов / К. Г. Юнг ; пер. с англ. В. В. Наукманова ; под общ. ред. А. А. Юдина. – Киев : Государственная библиотека Украины для юношества, 1996. – 384 с.

3.2 Тематика практических занятий

Практическое занятие по теме 8 «Коммуникации как объект исследования современной науки»

(2ч)

Вопросы:

1. Основные характеристики элементов коммуникации в теории Д. МакКуэйла: понятия «коммуникационная сеть», «средства коммуникации», «информация».
2. Вербальные, невербальные средства коммуникации, их функции, виды мотивов коммуникации в трудах М. Томаселло, Д. Бикертонна и др.
3. Инструменты усвоения информации в групповой коммуникации, гипотеза «культурного драйва» К. Лаланда: контент-анализ.
4. Коммуникация в организациях и факторы повышения ее эффективности: исследования белорусских и российских ученых

Список источников для подготовки:

1. Бабосов, Е. М., Трусъ, А. А. Особенности коммуникации в организационных моделях различных типов [Электронный ресурс] / Е. М. Бабосов, А. А. Трусъ // Вестник Московского университета. Серия 18. Социология и политология. – 2015. – № 3. – С. 95-114. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-kommunikatsii-v-organizatsionnyh-modelyah-razlichnyh-tipov/pdf>. – Дата доступа: 15.12.2022.
2. Косяков, В. А., Универсалуок, Е. А. Реферативный обзор книги Д. МакКуэйла «Теория массовой коммуникации» (1 часть) [Электронный ресурс] / В. А. Косяков, Е. А. Универсалуок // Вопросы теории и практики журналистики. – 2019. – Т. 8. – № 3. – С. 524-534. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/referativnyy-obzor-knigi-d-makkueyla-teoriya-massovoy-kommunikatsii-1-chast/pdf>. – Дата доступа: 15.12.2022.
3. Лаланд, К. Развитая уникальность [Электронный ресурс] / К. Лаланд ; Пер. с англ. М. А. Янушкевич // В мире науки. – 2018. – № 11. – С. 83-91. – Режим доступа: <https://razvitaya-unikalnosti.pdf>. – Дата доступа: 15.12.2022.
4. Томаселло, М. Истоки человеческого общения / М. Томаселло ; Пер. с англ. М. В. Фаликман [и др.] – М. : Языки славянских культур, 2011. – 325 с.

Практическое занятие по теме 9 «Типология коммуникаций»

(2ч)

Вопросы:

1. Типология коммуникаций по массовости вовлеченности ее субъектов и по способу установления и поддержания контакта: сущностные характеристики.
2. Типы коммуникаций в зависимости от направления потока информации и их ключевые характеристики.
3. Классификация и сущность коммуникаций по степени инициативности участников.
4. Типология и ключевые характеристики коммуникаций по степени организованности субъектов коммуникативного процесса.

Список источников для подготовки:

1. Василик, М. А. Основы теории коммуникации: учеб. для высших учебных заведений по специальности 020300 «Социология» / [М. А. Василик и др.]. – М. : Гардарики, 2007. – 615 с.
2. Конецкая, В. П. Социология коммуникации: учеб. – М. : Междунар. ун-т бизнеса и упр., 1997. – 302 с.
3. Шарков, Ф. И. Коммуникология [Электронный ресурс]: основы теории коммуникации : учебник / Ф. И. Шарков. – 6-е изд., стер. – Москва : Дашков и К°, 2021. – 488 с. : ил. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=621689>. – С. 103-145.

***Практическое занятие по теме 10 «Функции, принципы, средства,
каналы коммуникаций»
(2ч)***

Вопросы:

1. Теоретические подходы исследования функций и принципов коммуникаций, их прикладное значение в коммуникативном процессе.
2. Вербальные средства коммуникации: сущность, особенности использования в коммуникативном процессе.
3. Классификация, основные характеристики и особенности применения невербальных и паравербальных средств коммуникации.
4. Типология коммуникационных каналов и их выбор в коммуникативной ситуации.
5. Применение вербальных, невербальных и паравербальных средств коммуникации культурологом-менеджером в профессиональной деятельности.

Список источников для подготовки:

1. Липатова, Т. В. Вербальные и невербальные средства коммуникации и их место в системе языка (системно-типологический подход) [Электронный ресурс] / Т. В. Липатова // Вестник РУДН. Серия «Философия». – 2015. – № 4. – С. 115-123. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/verbalnye-i-neverbalnye-sredstva-kommunikatsii-i-ih-mesto-v-sisteme-yazyka-sistemno-tipologicheskiiy-podhod/pdf>. – Дата доступа: 15.12.2022.
2. Наконечных, В. Н. Современные коммуникационные каналы в жизни общества [Электронный ресурс] / В. Н. Наконечных // Электронный журнал «Crede Experto»: транспорт, общество, образование, язык. – 2016. – № 4(11). – Режим доступа: <http://ce.if-mstuca.ru/wp-content/uploads/2016/04/nakonechnykh.pdf>. – Дата доступа: 15.12.2022.
3. Павлова, Л. Г. Деловые коммуникации : учеб. для вузов по направлениям подготовки «Менеджмент», «Экономика», «Государственное и муниципальное управление» (квалификация (степень) «бакалавр») / Л. Г. Павлова, Е. Ю. Кашаева. – М. : КноРус, 2020, - 299, [1] с.

***Практическое занятие по теме 11 «Речевая деятельность и общение в коммуникации»
(2ч)***

Вопросы:

1. Понятие «речевая деятельность» и основные характеристики.
2. Современные теоретические исследования строения, видов, механизмов речевой деятельности, их характеристики, практическое применение в профессиональных коммуникациях.
3. Понятие «общение», типология общения, классификация функций общения.
4. Коммуникативная, перцептивная, интерактивная стороны общения и их деятельные механизмы в коммуникативных практиках.

Список источников для подготовки:

1. Гаппарова, Д. А., Каримова, У. Общая характеристика видов речевой деятельности и учет их особенностей при обучении иностранному языку [Электронный ресурс] / Д. А. Гаппарова, У. Каримова // Вопросы науки и образования. – 2019. – № 7(53). – С. 97-102. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/obschaya-harakteristika-vidov-rechevoy-deyatelnosti-i>

[uchet-ih-osobennostey-v-obuchenii-inostrannomu-yazyku/pdf](https://cyberleninka.ru/article/n/uchet-ih-osobennostey-v-obuchenii-inostrannomu-yazyku/pdf). – Дата доступа: 15.12.2022.

2. Ментцель, В. Риторика: искусство говорить свободно и убедительно / В. Ментцель. – М. : ИНФРА-М, 2010. – 132 с.

3. Рудь, Л. Г. Культура речи : учеб. пособие для студентов учреждений, обеспечивающих получение высшего образования / Л. Г. Рудь, И. П. Кудреватых, В. Д. Стариченок ; под общ. ред. В. Д. Стариченок. – 2-е изд., испр. – Минск : Вышэйшая школа, 2010. – 269, [2] с.

4. Хведченя, Л. В. Социокультурное общение: учеб.-метод. пособие для студентов неязыковых специальностей учреждений высшего образования / Л. В. Хведченя, А. М. Ковальчук, Э. В. Рунцова. – Минск : БГУ, 2020. – 173, [2] с.

5. Шахнарович, А. М. Когнитивные и коммуникативные аспекты речевой деятельности [Электронный ресурс] / А. М. Шахнарович, В. И. Голод // Вопросы психолингвистики. – 2011. – № 13. – С. 196-201. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/kognitivnye-i-kommunikativnye-aspekty-rechevoy-deyatelnosti/pdf>. – Дата доступа: 15.12.2022.

Практическое занятие по теме 12 «Формы смыслового взаимодействия в коммуникациях»
(2ч)

Вопросы:

1. Подражание как форма взаимодействия в коммуникации: цель, функции, принципы действия, практическое применение.
2. Современные подходы типологизации диалога как формы смыслового взаимодействия. Диалог, монолог, полилог: отличительные характеристики.
3. Управление как коммуникационное действие: основные характеристики.
4. Практическое взаимодействие форм коммуникационных действий в профессиональной деятельности культуролога-менеджера.

Список источников для подготовки:

1. Быкова, О. А. Монолог, диалог, полилог: к проблеме разграничения форм организации речевого взаимодействия [Электронный ресурс] / О. А. Быкова // Вестник МГЛУ. Гуманитарные науки. – 2015. – № 12(712). – С. 36-43. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/monolog-dialog-polilog-k-probleme->

[razgranicheniya-form-organizatsii-rechevogo-vzaimodeystviya/pdf](#). – Дата доступа: 16.12.2022.

2. Ефимочкина, Н. Б. Коммуникации в системах управления [Электронный ресурс] / Н. Б. Ефимочкина // Вестник университета. – 2018. – № 10. – С. 15-22. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/kommunikatsii-v-sistemah-upravleniya/pdf>. . – Дата доступа: 16.12.2022.

3. Симонян, Э. Г. феномен подражания как результат осознанного восприятия личностью образов межличностных отношений [Электронный ресурс] / Э. Г. Симонян // Социально-гуманитарные знания. – 2021. – №3. – С. 217-224. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/fenomen-podrazhaniya-kak-rezultat-osoznannogo-voSPIriatiya-lichnostyu-obrazov-mezhlichnostnyh-otnosheniy/pdf>. – Дата доступа: 16.12.2022.

Практическое занятие по теме 13
«Модели и структурные компоненты коммуникаций»
(4 ч)

Вопросы:

1. «Коммуникатор», «коммуникант», «сообщение (информация)», «код», «канал», «реакция (эффективность)» как основные элементы коммуникации.
2. Модели и элементы речевой коммуникации Аристотеля и Квинтиллиана: сравнительный анализ.
3. Анализ линейных моделей коммуникации Г. Лассуэлла, К. Шеннона и У. Уивера, Р. Якобсона и др.
4. Нелинейные модели коммуникационного процесса: элементы и возможность применения в деятельности культуролога-менеджера (модель Н. Винера, Т. Ньюкомбо, М. де Флера, Ч. Осгуда и У. Шрамма и др.).
5. Достоинства и недостатки модели Шульца фон Туна; модели П. Лазарсфельда, Э. Катца, Б. Берельсона, Г. Годе.
6. Структура модели «публичной коммуникации» А. Кривоносова и ее применение в практической деятельности культуролога-менеджера.

Список источников для подготовки:

1. Гавра, Д. П. Основы теории коммуникации : учебник для академического бакалавриата / Д. П. Гавра. – 2-е изд. испр. и доп. – М. : Издательство Юрайт, - 2018. – С. 75-109.

2. Кривоносов, А. Д., Киуру, К. В. Парадигматика современной системы массовых коммуникаций в модели Г. Лассуэлла [Электронный ресурс] / А. Д. Кривоносов, К. В. Киуру // Вопросы теории и практики журналистики. – 2022. – Т.11. – № 1. – С. 27-40. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/paradigmatika-sovremennoy-sistemy-massovyh-kommunikatsiy-v-modeli-g-lassuella/pdf>. – Дата доступа: 16.12.2022.
3. Савельев, А. И. Теоретико-методологический обзор моделей политической коммуникации [Электронный ресурс] / А. И. Савельев // Вестник ЧГПУ. – 2013. – № 1-1(77). – С. 173-184. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/teoretiko-metodologicheskij-obzor-modeley-politicheskoy-kommunikatsii/pdf>. – Дата доступа: 16.12.2022.
4. Тухватулина, Л. Р. Принципы классификации моделей коммуникации [Электронный ресурс] / Л. Р. Тухватулина // Вестник Томского государственного педагогического университета. – 2006. – № 7. – С. 49-53. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/printsipy-klassifikatsii-modeley-kommunikatsii/pdf>. – Дата доступа: 16.12.2022
5. Шарков, Ф. И. Коммуникология [Электронный ресурс]: основы теории коммуникации : учебник / Ф. И. Шарков. – 6-е изд., стер. – Москва : Дашков и К°, 2021. – 488 с. : ил. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=621689>. – С. 109-346.

Практическое занятие по теме 14 «Доминанты коммуникации и их классификация»
(2ч)

Вопросы:

1. Понятие «доминанта коммуникации», классификация доминант коммуникации: социокультурный аспект.
2. Стратификационные доминанты коммуникации и их применение в коммуникативной практике.
3. Ситуативные доминанты коммуникации: особенности практического действия.
4. Качественные характеристики и использование в профессиональной деятельности культуролога-менеджера оценочных доминант коммуникации.
5. Сущность и проявление в профессиональных коммуникациях функциональных доминант коммуникации.

Список источников для подготовки:

1. Моисеева, А. П. Основы теории коммуникации [Электронный ресурс] : Учебное пособие / А. П. Моисеева. – Томск : Томский политехн. ун-т., 2004. – 128 с. – Режим доступа: <https://cv01.studmed.ru/download/182ee7c6c3d/58c70eb/pdf/58c70eb>.

2. Профессиональные коммуникации: История и теория коммуникации [Электронный ресурс]: учеб.-метод. комплекс по учебной дисциплине для специальности 1-21 04 01 Культурология, направления специальности 1-21 04 01-02 Культурология (прикладная), специализации 1-21 04 01-02 02 Менеджмент международных культурных связей, специализации 1-21 04 01-02 03 Менеджмент рекламы и общественных связей / Белорусский государственный университет культуры и искусств, Факультет культурологии и социокультурной деятельности, Кафедра межкультурных коммуникаций; сост. А. В. Морозов. – Электрон. текст. дан. – Минск, 2018. – 104 с. : табл. – Библиогр.: с. 102-104 (25 назв.). – Режим доступа: <http://repository.buk.by/handle/123456789/18542>. – Заглавие

3. Конецкая, В. П. Социология коммуникации: учеб. – М. : Междунар. ун-т бизнеса и упр., 1997. – 302 с.

Практическое занятие по теме 15 «Личность как субъект коммуникативного процесса»
(2ч)

Вопросы:

1. Понимание личности с позиции философской, культурологической, лингвистической, психологической научных парадигм.
2. Теоретические подходы исследования понятия «языковая личность» и его сущностных характеристик.
3. Понятие «коммуникативная личность»: культурные и коммуникативные характеристики. Структура коммуникативной компетентности культуролога-менеджера.
4. Классификация типов коммуникативной личности и их характеристики. Трансакционная модель коммуникативной личности Д. Гавра.
5. Понятие «коммуникативная компетентность», элементы структуры коммуникативной компетентности и их прикладное значение для профессиональной деятельности менеджера.

Список источников для подготовки:

1. Афанасьева, О. Ю., Федотова, М. Г. Понятие коммуникативной личности и его сущность в контексте коммуникативного образования [Электронный ресурс] / О. Ю. Афанасьева, М. Г. Федотова // Вестник ЮУрГГПУ. – 2016. – № 5. – С. 14-19. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/ponyatie-kommunikativnoy-lichnosti-i-ego-suschnost-v-kontekste-kommunikativnogo-obrazovaniya/pdf>. – Дата доступа: 17.12.2022.
2. Иванцова, Е. В. О термине «языковая личность»: истоки, проблемы, перспективы использования [Электронный ресурс] / Е. В. Иванцова // Вестн. Том. гос. ун-та. Филология. – 2010. – № 4(12). – С. 24-32. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/o-termine-yazykovaya-lichnost-istoki-problemy-perspektivy-ispolzovaniya/pdf>. – Дата доступа: 17.12.2022.
3. Филиппенко, В. В. Детерминанты творчества личности: культурологический аспект [Электронный ресурс] / В. В. Филиппенко // Вестник Полоцкого государственного университета. Серия Е. Педагогические науки. – 2013. – №15. – С. 117-120. – Режим доступа: <http://hdl.handle.net/123456789/11606>. – Дата доступа: 15.08.21.
4. Филиппенко, В. В. Основные компоненты коммуникативной компетентности культуролога-менеджера в контексте интеграционных процессов Беларуси и России / В. В. Филиппенко // Культура Беларуси: реалии современности : X Международная научно-практическая конференция (Минск, 7 октября 2021 г.) : сборник научных статей / Белорусский государственный университет культуры и искусств. - Минск, 2021. - С. 281-285.
5. Хайруллин, Г. Т. Межличностное общение и типология личностей [Электронный ресурс] / Г. Т. Хайруллин // Евразийский Союз Ученых. – 2015. – № 8(17). – С. 159-162. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/mezhlichnostnoe-obschenie-i-tipologiya-lichnostey/pdf>. – Дата доступа: 17.12.2022.
6. Чанышева, Г. Г. О коммуникативной компетентности [Электронный ресурс] / Г. Г. Чанышева // Высшее образование в России. Науки об образовании. – 2005. – № 5. – С. 148-151. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/o-kommunikativnoy-kompetentnosti/pdf>. – Дата доступа: 17.12.2022.

***Практическое занятие по теме 16 «Коммуникатор и аудитория»
(4 ч)***

Вопросы:

1. Понятие «аудитория»: типология исследования, критерии, объективные и субъективные характеристики.
2. Классификация реакции аудитории на сообщение.
3. Коммуникатор, его базовые качества, типология воздействия коммуникатора на аудиторию.
4. Основные методы воздействия коммуникатора на аудиторию.
5. Классификация базовых требований к коммуникатору и аудитории при осуществлении взаимодействия.

Список источников для подготовки:

1. Балашова, В. А. Социально-перцептивная оценка привлекательности коммуникатора [Электронный ресурс] / В. А. Балашова, А. И. Алымова // Проблемы современного педагогического образования. – 2020. – № 3. – С. 11-14. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/sotsialno-pertseptivnaya-otsenka-privlekatelnosti-kommunikatora/pdf> – Дата доступа: 17.12.2022.
2. Евдокимов, В. А. Аудитория масс-медиа как объект и субъект коммуникации [Электронный ресурс] / В. А. Евдокимов // Наука о человеке: гуманитарные исследования. – 2010. – № 6. – С. 136-142. – Режим доступа: https://www.elibrary.ru/download/elibrary_17672138_69769418.pdf. – Дата доступа: 17.12.2022.
3. Латынов, В. В. Коммуникативное воздействие: принципы. Закономерности, эффекты [Электронный ресурс] / В. В. Латынов // Психологический журнал. – 2012. – Т. 33. – № 5. – С. 16-27. – Режим доступа: https://www.elibrary.ru/download/elibrary_18036671_24518105.pdf. – Дата доступа: 17.12.2022.
4. Сарна, А. Я. Технологии воздействия на аудиторию в современном медиа-пространстве [Электронный ресурс] / А. Я. Сарна // Вестник Санкт-Петербургского университета. Социология. – 2020. – Т. 13. – № 2. – С. 218-235. – Режим доступа: <https://doi.org/10.21638/spbu12.2020.207>. – Дата доступа: 17.12.2022.
5. Стернин, И. А. Фактор адресата в речевом воздействии [Электронный ресурс] / И. А. Стернин. – Воронеж : «Истоки», 2012. – 51 с. – Режим доступа: https://faktor_adresata-v_rechevom_vozdeistvyi.pdf. – Дата доступа: 17.12.2022.
6. Хохлов, Д. А. Исследование актуальных характеристик описания целевой аудитории для продвижения в цифровом пространстве [Электронный ресурс] / Д. А. Хохлов // Вестник ГУУ. СМИ (медиа) и массовые коммуникации. – 2021. – № 11. – С. 47-52. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/issledovanie-aktualnyh-harakteristik-opisaniya->

tselevoy-auditorii-dlya-prodvizheniya-v-tsifrovom-prostranstve/pdf. – Дата доступа: 17.12.2022.

Практическое занятие по теме 17 «Обратная связь и эффективность коммуникаций»
(2 ч)

Вопросы:

1. Понятие «обратная связь» в коммуникации: сущностные характеристики, оценочная и безоценочная обратная связь.
2. Критерии эффективной и неэффективной обратной связи.
3. Практико-ориентированные методы выстраивания обратной связи.
4. Типология исследования барьеров коммуникации.
5. Основные барьеры коммуникации и способы их преодоления.

Список источников для подготовки:

1. Абдуллина, А. Ф. Коммуникативные барьеры и их преодоление [Электронный ресурс] / А. Ф. Абдуллина // Инновационная наука. – 2016. – № 3. – С. 154-155. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/kommunikativnye-bariery-i-ih-preodolenie/pdf>. – Дата доступа: 17.12.2022.
2. Карпенко, Е. В. Типология коммуникативных барьеров в государственном управлении [Электронный ресурс] / Е. В. Карпенко // Среднерусский вестник общественных наук. – 2008. – № 2(7). – С. 14-16.
3. Павлова, Л. Г. Коммуникативные барьеры в сфере управления [Электронный ресурс] / Л. Г. Павлова, Е. Ю. Кашаева // Государственное и муниципальное управление. Ученые записи. – 2017. – № 2. – С. 175-180. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/kommunikativnye-bariery-v-sfere-upravleniya/pdf>. – Дата доступа: 17.12. 2022.
4. Смольников, С. А. Основы, методы и преимущества обратной связи в рабочем коллективе [Электронный ресурс] / С. А. Смольников // Инновационная наука. – 2018. – № 10. – С. 103-106. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/osnovy-metody-i-preimuschestva-obratnoy-svyazi-v-rabochem-kollektive/pdf>. – Дата доступа: 17.12. 2022.
5. Стремоусова, Е. Н. Эффективность обратной связи и ее специфика в организации [Электронный ресурс] / Стремоусова Е. Н. // Прикладная и юридическая психология. – 2008. – № 2. – С. 75-86. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/effektivnost-obratnoy-svyazi-i-ee-spetsifika-v-organizatsii/pdf>. – Дата доступа: 17.12. 2022.

***Практическое занятие по теме 18 «Информация как основа коммуникативного процесса. Средства массовой информации»
(4 ч)***

Вопросы:

1. Понятие «информация» в коммуникации, типология исследования свойств информации.
2. Понятия «социальная» и «биологическая» информация и их характеристики.
3. Сущностные характеристики понятия «массовая информация» и ее функционирование в современном социуме.
4. Средства массовой информации: характеристики, типология, основные функции.
5. Пропаганда и манипуляция как методы влияния средств массовой информации на формирование общественного мнения.

Список источников для подготовки:

1. Боер, В. М. К вопросу о понятии, признаках и юридических свойствах информации [Электронный ресурс] / В. М. Боер // Пробелы в российском законодательстве. Юридический журнал. – 2012. – № 1. – С. 257-259. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/k-voprosu-o-ponyatii-priznakah-i-yuridicheskikh-svoystvah-informatsii/pdf>. – Дата доступа: 17.12.2017.
2. Варганов, В. В. Социальная информация: сущность и функции [Электронный ресурс] / В. В. Варганов // Известия РГПУ им. А. И. Герцена. – 2009. – № 93. – С. 52-61. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/sotsialnaya-informatsiya-suschnost-i-funktsii/pdf>. – Дата доступа: 17.12.2017.
3. Запорожец, О. А. Характеристика средств массовой информации как источника просветительской деятельности [Электронный ресурс] / О. А. Запорожец // ЕЭСЖ. Педагогика. – 2016. – № 6. – С. 43-46. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/harakteristika-sredstv-massovoy-informatsii-kak-istochnika-prosvetitel'skoy-deyatelnosti/pdf>. – Дата доступа: 17.12.2017.
4. Карепова, С. Г. Пропаганда как метод воздействия на общественное сознание: общий теоретический аспект [Электронный ресурс] / С. Г. Карепова, С. В. Некрасов, А. Н. Пинчук // Вестник НГУЭУ. Социология. – 2020. – № 4. – С. 212-229. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/propaganda-kak-metod->

[vozdeystviya-na-obschestvennoe-soznanie-obschiy-teoreticheskiy-aspekt/pdf](#). – Дата доступа: 17.12.2017.

5. Юренков, В. В. Манипуляция как вид деятельности [Электронный ресурс] / В. В. Юренков // Социально-политические науки. – 2014. – № 3. – С. 56-59. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/manipulyatsiya-kak-vid-deyatelnosti/pdf>. – Дата доступа: 17.12.2017.

***Практическое занятие по теме 19 «Информация как объект защиты.
Информационные войны»
(4 ч)***

Вопросы:

1. Понятие «информационная безопасность», классификация центров информационной безопасности.
2. Средства защиты информационной безопасности: технические, программные, организационные, морально-этические, законодательные.
3. Государство и субъекты социума как собственники информации: сущностные характеристики.
4. Понятие «защита информации», основные правовые и нормативные документы Республики Беларусь, связанные с предметной областью защиты информации.
5. Понятие «информационная война»: объекты воздействия, сферы ведения информационных войн, основные методы противостояния информационным войнам.

Список источников для подготовки:

1. Арчаков, В. Теоретическое обоснование концепции информационной безопасности Республики Беларусь / В. Арчаков, О. Макаров // Наука и инновация: научно-практический журнал. – 2018. – № 10. – С. 14-20.
2. Бабосов, Е. М. Информационная война против Беларуси в контексте мировой нестабильности [Электронный ресурс] / Е. М. Бабосов // Большая Евразия: развитие, безопасность, сотрудничество. – 2022. – № 5(1). – С. 31-33. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/informatsionnaya-voyna-protiv-belarusi-v-kontekste-mirovoy-nestabilnosti/pdf>. – Дата доступа: 17.12.2021.
3. Комаров, П. В. Информационная безопасность. Определение, принципы [Электронный ресурс] // Академическая публицистика. – 2021. – № 1. – С. 34-37. – Режим доступа:

https://www.elibrary.ru/download/elibrary_44595387_68650185.pdf. – Дата доступа: 17.12.2021.

4. Манойло, А. В. Информационная война и новая политическая реальность (II) [Электронный ресурс] / А. В. Манойло // Вестник МГОУ. – 2021. – № 2. – С. 110-148. – Режим доступа: <https://doi.org/10.18384/2224-0209-2021-2-1075>. – Дата доступа: 17.12.2022.

5. Озимко, К. Д. Информационные войны в сети Интернет как средство дестабилизации общественной жизни в Беларуси / К. Д. Озимко // Научный потенциал молодежи – будущему Беларуси: Материалы XII междунар. молодежн. науч.-практ. конф. (6 апреля 2018 г.). В 2 ч. Ч.2 / Министерство образования Республики Беларусь [и др.]; редкол.: К. К. Шебеко [и др.]. – Пинск: ПолесГУ, 2018. – С. 281-282.

6. Правовые и организационно-технические методы защиты информации : Учеб. пособие по курсам «Телекоммуникац. системы в банк. Технологиях», «Основы защиты информ.», «Защита объектов связи от несанкционир. Доступа» для студ. спец. «Телекоммуникац. Системы» дневной формы обуч. / В. Ф. Голиков [и др.]. – Минск : БГУИР, 2004. – С. 5-7, 11-17, 28-31.

Практическое занятие по теме 20 «Основные аспекты межкультурной коммуникации»
(2 ч)

Вопросы:

1. Понятие «межкультурная коммуникация», характеристика типологии ее уровней.
2. Лингвистический и невербальные аспекты межкультурной коммуникации, их особенности.
3. Типология исследования восприятия межкультурных различий. Понятие «культурный шок» и его сущностные характеристики.
4. Классификация барьеров межкультурной коммуникации.
5. Критерии оценки эффективности межкультурной коммуникации.

Список источников для подготовки:

1. Тюриков, А. Г. Производство общения как базовый критерий эффективности межкультурных коммуникаций [Электронный ресурс] / А. Г. Тюриков, А. Я. Большунов, С. А. Большунова // Гуманитарные науки. Вестник Финансового университета. – 2021. – Т. 11. – № 4. – С. 50-58. – Режим доступа: https://www.elibrary.ru/download/elibrary_46447967_63416573.pdf. – Дата доступа: 17.12.2022.

2. Межкультурная коммуникация [Электронный ресурс] : курс лекций для магистрантов, обучающихся по специальности 1-23 80 05 «Журналистика» / Белорусский государственный технологический университет ; сост. Д. П. Зылевич. – Минск : БГТУ, 2019. – 86 с. – Режим доступа: <https://elib.belstu.by/handle/123456789/29961>. – С. 67-73.

3. Межкультурная коммуникация [Электронный ресурс]: учебно-методический комплекс для студентов, обучающихся по специальности 1-21 04 01 «Культурология (по направлениям)» / Э. А. Усовская. – Минск : БГУ, 2017. – 125 с. – Режим доступа: [http://content.nlb.by/content/dav/nlb/DDC/DED/0/8/6/7/2018/7N_5778CD\(008\)/7N_5778CD\(008\).html](http://content.nlb.by/content/dav/nlb/DDC/DED/0/8/6/7/2018/7N_5778CD(008)/7N_5778CD(008).html). – С. 5-8, 80-82, 104.

4. РАЗДЕЛ КОНТРОЛЯ ЗНАНИЙ

4.1 Перечень тем заданий для управляемой самостоятельной работы

Методические рекомендации по организации и выполнению самостоятельной работы студентов

Самостоятельная работа студентов является способом охвата учебного материала по дисциплине «История и теория коммуникаций» в свободное от аудиторных занятий время. Цель самостоятельной работы студентов – усвоение содержания учебной дисциплины посредством систематического планирования и самоконтроля учебной деятельности.

При организации данного вида образовательной деятельности, студентов необходимо информировать с первых дней занятий о темах, предназначенных для самостоятельной работы, согласно учебному плану дисциплины, с последующим контролем их выполнения.

Самостоятельная работа студентов должна состоять из следующих действий, направленных на усвоение материала учебной дисциплины:

- освоение лекционного материала, изучение по учебным пособиям и учебной литературе программного материала, а также рекомендованных преподавателем источников научной информации;
- контент-анализ научных публикаций по коммуникациям в сфере культуры;
- разработка презентаций по темам учебной дисциплины.

Самостоятельная работа студентов должна осуществляться с участием преподавателя, дающего конкретные указания и рекомендации об организации и содержании самостоятельного освоения учебного материала с последующим контролем и коррекцией полученного результата посредством проверки выполнения заданий.

Задание 1 по теме 1 «Введение в учебную дисциплину»

1. Дайте определение понятия «коммуникация», функционирующего в следующих науках: философия, культурология, социология, политология, лингвистика, психология, социокультурный менеджмент, реклама и PR.
2. Проведите анализ данных определений с целью выявления общих и отличительных характеристик.

3. Выберите определение, которое, на Ваш взгляд, отражает специфику Вашей будущей специальности. Аргументируйте свой выбор.

Задание 2 по теме 2 «Возникновение и развитие коммуникационной культуры общества»

Заполните данную таблицу

<i>Положительные стороны мультимедийности как этапа современного развития коммуникационной культуры общества</i>	<i>Отрицательные стороны мультимедийности как этапа современного развития коммуникационной культуры общества</i>	<i>Обоснование</i>
1. Быстрый доступ к информации		Технологии мультимедиа позволяют получать информацию оперативно
	2. Информационная перегрузка	Стремительный рост информационного производства. Несложность процесса дублирования информации при помощи технологий мультимедиа и оперативное размещение в пространстве Интернет
(продолжите таблицу)		

Задание 3 по теме 10 «Функции, принципы, средства, каналы коммуникаций»

Ответьте на следующие вопросы и аргументируйте свой ответ:

1. Насколько эффективным инструментом в коммуникациях являются невербальные средства?
2. В чем проявляются недостатки вербальных средств коммуникаций?

3. Какого рода просьбы или требования легче всего передать невербальными средствами, какие труднее всего, а какие из них невозможно выразить невербальными средствами?

4. Могут ли невербальные и паравербальные средства коммуникации передать эмоции?

5. Тот, кто активно использует невербальные средства, Вам приятен или нет и почему?

Задание 4 по теме 12. «Формы смыслового взаимодействия в коммуникациях»

Ответьте на следующие вопросы и аргументируйте свой ответ.

1. Протяженность межличностной дистанции в диалоге зависит от:

- культурных традиций;
- воспитания;
- гендерной принадлежности;
- политических взглядов;
- социального статуса,
- личностных особенностей

(можно выбрать несколько вариантов ответа).

2. В каком виде диалога межличностное расстояние характеризуется большой количественной протяженностью, а в каком дистанция сокращена и почему?

3. Какие приемы и способы сокращают, а какие удлиняют межличностную дистанцию в диалоге?

Задание 5 по теме 13 «Модели и структурные компоненты коммуникаций»

1. Произведите сравнительный анализ линейной модели массовой коммуникации Г. Лассуэлла и модели К. Шеннона и У. Уивера.

2. Определите общие элементы и особенности каждой модели.

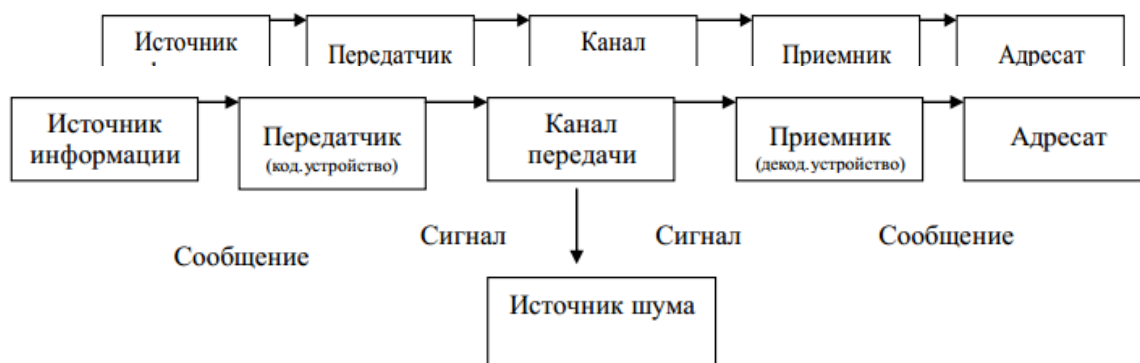
3. В каких организациях социокультурной сферы, в какой профессиональной деятельности можно применить данные модели или одну из них? Аргументировано обоснуйте свой выбор.

Модель Г. Лассуэлла

<i>Кто?</i>	Сообщает <i>что?</i>	По какому каналу	<i>Кому?</i>	<i>С каким эффектом?</i>
-------------	-------------------------	---------------------	--------------	------------------------------

Коммуникатор	Сообщение	Канал	Получатель	Эффект
Анализ управления	Анализ содержания	Анализ средств и каналов	Анализ аудитории	Анализ результатов *

Модель К. Шеннона и У. Уивера



Задание 6 по теме 14 «Доминанты коммуникации и их классификация»

Определите стереотипы, характерные для вашей коммуникативной практики

<i>Виды стереотипов</i>	<i>Содержание (как проявляются?)</i>	<i>Обоснование</i>
Гендерные	1. 2. 3. (и т.д.)	
Возрастные	1. 2. 3. (и т.д.)	
Культурные	1. 2. 3. (и т.д.)	
Стереотипы коммуникации	1. 2. 3. (и т.д.)	

Стереотипы поведения	1. 2. 3. (и т.д.)	
----------------------	----------------------------	--

Задание 7 по теме 15 «Личность как субъект коммуникативного процесса»

На основании характеристик компонентов модели коммуникативной личности Д. П. Гавра произведите самоанализ и составьте автохарактеристику коммуникативной личности. Укажите, какие качества и практики не свойственны Вам как коммуникативной личности и обоснуйте почему.

Модель Д. П. Гавра

Целемотивационный Компонент	Абилитационный компонент	Ресурсно- когнитивный компонент	Операциональный компонент
<i>коммуникативное «хочу»</i>	<i>коммуникативное «могу»</i>	<i>коммуникативное «знаю»</i>	<i>коммуникативное «умею»</i>

Задание 8 по теме 16 «Коммуникатор и аудитория»

1. Приведите критерии, согласно которым выступление коммуникатора можно считать эффективным.
2. Какие методы воздействия коммуникатору необходимо применить к малознакомой аудитории? Аргументируйте свой выбор.
3. Какие техники необходимо задействовать коммуникатору при негативно настроенной аудитории? Аргументируйте свой выбор.
4. Назовите наиболее действенные методы воздействия для мужской и для женской аудитории. Обоснуйте свой выбор.
5. Какие средства, методы, техники необходимо применить коммуникатору, если аудитория неоднородна в своей этнокультурной принадлежности? Аргументируйте свой выбор.

***Задание 9 по теме 18 «Информация как основа коммуникативного процесса.
Средства массовой информации»***

1. Составьте анкету, содержащую различные варианты вопросов, касающихся наиболее интересной тематики при чтении журналов, газет, прослушивании радио, просмотре ТВ и социальных сетей.

2. Опросите группу друзей (или родственников) из 10 (и более) человек.

3. Оформите отчет, где необходимо указать:

- Наиболее популярные СМИ;
- Тематику полученной посредством различных СМИ информации;
- Имеет ли место манипуляция или пропаганда, и если имеет, то указать критерии, по которым Вы определили данные методы влияния, с названием конкретного средства массовой информации.

4.2 Перечень вопросов к экзамену

1. Понятие «коммуникация», междисциплинарный подход к исследованию коммуникации.
2. Понятие «речевая деятельность». Современные теоретические исследования строения, видов, механизмов речевой деятельности, их характеристики, практическое применение в профессиональных коммуникациях.
3. Понятие «общение», типология общения, классификация функций общения.
4. Коммуникативная, перцептивная, интерактивная стороны общения и их деятельные механизмы в коммуникативных практиках.
5. Словесность, книжность, мультимедийность как типы коммуникационной культуры общества и их основные характеристики.
6. Ораторское искусство Древней Греции: софистика, основные положения и представители (Гипсий, Горгий, Протагор и др.). Значение софистики для развития коммуникаций.
7. Культура древнегреческого античного диалога: учения Платона, Сократа, Аристотеля и их научный вклад в развитие коммуникаций.
8. Ораторское искусство Древнего Рима: теоретические и практические принципы ораторского искусства в учении Квинтилиана, Корвина, Цицерона, Сенеки и др.
9. Средневековая герменевтика: сущность, основные характеристики. Основные положения Александрийской и Антиохийской школ герменевтики.
10. Влияние религиозных догм на теоретические основания средневековой риторики в трудах Фомы Аквинского, Аврелия Августина, Беда Достопочтенного, Иоанна Златоуста, Исидора Севильского, Юлия Руфинского, Михаила Пселла и др.
11. Формы, каналы коммуникации в эпоху Возрождения и их характеристики. Вклад И. Гуттенберга и Ф. Скорины в развитие коммуникаций.
12. Структура языка и его основные коммуникативные характеристики в концепциях Ф. Бэкона, Д. Дедро, Р. Декарта, Ж. Ж. Руссо, И. Ньютона, Г. Лейбница и др.
13. Определение «научная коммуникация» и ее понимание в XVIII веке. Функции, формы, каналы научной коммуникации XVIII века.
14. Особенности, структура, основные функции языка как средства коммуникации в философии В. Гумбольта и И. Канта.
15. Герменевтические принципы, отраженные в концепции Ф. Шлейермахера. Коммуникативная проблематика в исследованиях Г. Гегеля, И. Фихте А. Шопенгауэра и др.
16. Основные положения критики языка в теории Ф. Ницше. Исследование языка в трудах Ф. де Соссюра, Ч. Пирса, Л. Витгенштейна и др.
17. Диалог и его основные характеристики в исследованиях М. Бубера, М. Бахтина и др.
18. Исследование коммуникации как внутренней потребности личности в учении К. Ясперса. Факторы, определяющие коммуникационную потребность личности в теории З. Фрейда, К.-Г. Юнга, Э. Фромма и др.

19. Теории Э. Холла, Г. Олпорта и Л. Постмана о массовой коммуникации: основные положения. Массовые коммуникации как социокультурный феномен в трудах Ж. Бодийера, Х. Инниса, Г.-М. Маклюэна, А. Моля и др.
20. Социальные факторы коммуникативных действий в теории Ж. д'Арси, Дж. Остина, Дж. Сёрля, Н. Лумана, Ю. Хабермаса и др.
21. Основные характеристики элементов коммуникации в теории Д. Маккуэйла: понятия «коммуникационная сеть», «средства коммуникации», «информация».
22. Вербальные, невербальные средства коммуникации, их функции, виды мотивов коммуникации в трудах М. Томаселло, Д. Бикертон и др. Гипотеза «культурного драйва» К. Лаланда.
23. Понятие «коммуникативная компетентность». Структура коммуникативной компетентности культуролога-менеджера, классификация критериев оценки коммуникативной компетентности в концепциях Ю. Емельянова, Л. Емельяновой, Ю. Жукова, А. Левченко, Н. Хряцовой, И. Сергиной и др.
24. Коммуникация в организациях и факторы повышения ее эффективности в исследованиях М. Бабосова, Е. Вишневецкого, С. Гармаевой, О. Грицкевич, И. Сидорской и др.
25. Типология коммуникаций по массовости вовлеченности ее субъектов, по способу установления и поддержания контакта и в зависимости от направления потока информации: ключевые характеристики.
26. Классификация и сущность коммуникаций по степени инициативности участников и по степени организованности субъектов коммуникативного процесса: основные характеристики.
27. Теоретические подходы исследования функций и принципов коммуникаций, их прикладное значение в коммуникативном процессе.
28. Вербальные средства коммуникации: сущность, особенности использования в коммуникативном процессе.
29. Классификация, основные характеристики и особенности применения невербальных и паравербальных средств коммуникации.
30. Типология коммуникационных каналов и их выбор в коммуникативной ситуации.
31. Подражание как форма взаимодействия в коммуникации: цель, функции, принципы действия, практическое применение.
32. Современные подходы типологизации диалога как формы смыслового взаимодействия. Диалог, монолог, полилог: отличительные характеристики.
33. Управление как коммуникационное действие: основные характеристики.
34. Практическое взаимодействие форм коммуникационных действий в профессиональной деятельности культуролога-менеджера.
35. Модели и элементы речевой коммуникации Аристотеля и Квинтилиана: сравнительный анализ.

36. Контент-анализ линейных моделей коммуникации Г. Лассуэлла, К. Шеннона и У. Уивера, Р. Якобсона и др.
37. Нелинейные модели коммуникационного процесса: элементы и возможность применения в деятельности культуролога-менеджера (модели Н. Винера, Т. Ньюкомбо, Ч. Осгуда и У. Шрамма, М. де Флера и др.).
38. Достоинства и недостатки модели коммуникации Шульца фон Туна и коммуникационной модели П. Лазарсфельда, Б. Берельсона, Г. Годе.
39. Структура модели «публичной коммуникации» А. Кривоносова и ее применение в практической деятельности культуролога-менеджера.
40. Понятие «доминанта коммуникации». Стратификационные доминанты коммуникации и их применение в коммуникативной практике.
41. Понятие «доминанта коммуникации». Ситуативные доминанты коммуникации: особенности практического действия.
42. Понятие «доминанта коммуникации». Качественные характеристики и использование в профессиональной деятельности культуролога-менеджера оценочных доминант коммуникации.
43. Понятие «доминанта коммуникации». Сущность и проявление в профессиональных коммуникациях функциональных доминант коммуникации.
44. Теоретические подходы исследования понятия «языковая личность» и его сущностных характеристик.
45. Понятие «коммуникативная личность»: культурные и коммуникативные характеристики.
46. Классификация типов коммуникативной личности и их характеристики. Трансакционная модель коммуникативной личности Д. Гавра.
47. Понятие «коммуникативная компетентность», элементы структуры коммуникативной компетентности и их прикладное значение для профессиональной деятельности культуролога-менеджера.
48. Понятие «аудитория»: объективные и субъективные характеристики. Реакция аудитории на полученное сообщение.
49. Коммуникатор: понятие, базовые качества, основные методы воздействия на аудиторию.
50. Понятие «обратная связь». Оценочная и безоценочная обратная связь, критерии эффективной и неэффективной обратной связи, основные способы выстраивания обратной связи.
51. Понятие «коммуникативный барьер». Барьеры коммуникации, обусловленные внешними условиями, технические, психофизиологические, социокультурные барьеры коммуникации и способы их преодоления
52. Понятие «информация» в коммуникации. Социальная и биологическая информация: основные характеристики.
53. Сущностные характеристики понятия «массовая информация». Особенности функционирования массовой информации в современном социуме.
54. Средства массовой информации: характеристики, типология, основные функции.

55. Пропаганда и манипуляция как методы влияния средств массовой информации на формирования общественного мнения.
56. Понятие «информационная безопасность», классификация центров информационной безопасности.
57. Государство, юридическое лицо, физическое лицо и группа физических лиц как собственники информации: сущностные характеристики.
58. Понятие «защита информации». Основные правовые и нормативные документы Республики Беларусь, связанные с предметной областью защиты информации.
59. Средства защиты информационной безопасности: сущностные характеристики технических, программных, организационных, морально-этических, законодательных средств защиты информационной безопасности.
60. Понятие «информационная война»: объекты воздействия, сферы ведения информационных войн, основные методы противостояния информационным войнам.
61. Понятие «межкультурная коммуникация». Лингвистический и невербальные аспекты межкультурной коммуникации и их особенности.
62. Классификация барьеров межкультурной коммуникации и их ключевые характеристики.

4.3. Критерии оценки результатов учебной деятельности студентов

10 – самостоятельное, свободное, последовательное раскрытие темы (вопроса), подкрепленное ссылками на несколько источников. Широкое владение терминологией. Собственный, аргументированный взгляд на затронутые проблемы. Предоставление тезисов. Систематизация знаний, умений, навыков в сфере профессиональных коммуникаций (своевременное выполнение всех заданий практического характера, образцовая презентация материалов по профессиональным коммуникациям). Проявление интереса к участию в коммуникационных мероприятиях образовательного и развивающего характера.

9 – свободное изложение содержания темы (вопроса), основанное на привлечение не менее трех источников, комментарии и выводы. Последовательность и четкость изложенного материала. Широкое владение терминологией. Предоставление тезисов. Систематизация знаний, умений, навыков в сфере профессиональных коммуникаций (своевременное выполнение всех заданий практического характера, образцовая презентация материалов по профессиональным коммуникациям). Проявление интереса к участию в коммуникационных мероприятиях образовательного и развивающего характера.

8 – некоторая незавершенность аргументации при изложении, которая требует уточнения теоретических позиций. Владение терминологией. Простое выполнение задач высокой сложности, систематическое обновление усвоенных знаний, умений, навыков в сфере профессиональных коммуникаций (выполнение почти всех заданий практического характера, образцовая презентация материалов по профессиональным коммуникациям).

7 – понимание сути темы (вопроса), грамотное, но недостаточно полное изложение содержания. Отсутствие собственных оценок. Использование терминологии (выполнение большей части заданий практического характера, хорошая презентация материалов по профессиональным коммуникациям).

6 – понимание сути темы (вопроса), изложение содержания не полное, требующее дополнительных пояснений. Отсутствие собственных оценок. Неточности в терминологии (выполнение половины заданий практического характера, слабая презентация материалов по профессиональным коммуникациям).

5 – поверхностная проработка темы (вопроса), неумение последовательно построить устное сообщение, не владение терминологией. Недостаточная активность в приобретении и применении знаний в сфере профессиональных коммуникаций (выполнение некоторых заданий практического характера, слабая презентация материалов по профессиональным коммуникациям).

4 – низкий познавательный интерес к профессиональным коммуникациям, поверхностная проработка темы (вопроса), наличие некоторых погрешностей при ответе, пробелы в раскрытии содержания, не владение терминологией (выполнение меньшей части заданий практического характера, очень слабая презентация материалов по профессиональным коммуникациям).

3 и 2 – отсутствие знаний по значительной части основного учебно-программного материала. Низкий познавательный интерес к учебной дисциплине. Несознательность в освоении знаний, умений, навыков в сфере профессиональных коммуникаций и не готовность применять их на практике (не выполнение заданий практического характера).

1 балл – нет ответа/отказ от ответа (невыполнение предусмотренных заданий практического характера).

5. ВСПОМОГАТЕЛЬНЫЙ РАЗДЕЛ

5.1 Учебная программа по учебной дисциплине "История и теория коммуникаций"

Учреждение образования
«Белорусский государственный университет культуры и искусств»

УТВЕРЖДАЮ

Проректор

по учебной работе БГУКИ

_____ С. Л. Шпарло

« ____ » _____ 2022 г.

Регистрационный № УД- __ /уч.

ИСТОРИЯ И ТЕОРИЯ КОММУНИКАЦИЙ

Учебная программа учреждения высшего образования
по учебной дисциплине для специальности
1-21 04 01 Культурология (по направлениям),
направления специальности 1-21 04 01-02 Культурология (прикладная),
специализаций 1-21 04 01-02 02 Менеджмент международных культурных
связей, 1-21 04 01-02 03 Менеджмент рекламы и общественных связей

2022 г.

СОСТАВИТЕЛЬ:

В. В. Филиппенко, старший преподаватель кафедры межкультурных коммуникаций и рекламы учреждения образования «Белорусский государственный университет культуры и искусств»

РЕЦЕНЗЕНТЫ:

В.Ф. Мартынов, заведующий кафедрой культурологии частного учреждения образования «Институт современных знаний им. А.М. Широкова», доктор культурологии, профессор;

Е.А. Долинская, заведующий отделом музейных коммуникаций государственного учреждения «Национальный исторический музей Республики Беларусь»;

А.В. Макаревич, заведующий кафедрой менеджмента социально-культурной деятельности учреждения образования «Белорусский государственный университет культуры и искусств», кандидат искусствоведения, доцент

РЕКОМЕНДОВАНА К УТВЕРЖДЕНИЮ:

кафедрой межкультурных коммуникаций и рекламы учреждения образования «Белорусский государственный университет культуры и искусств» (протокол № __ от __.__.202__);

президиумом научно-методического совета учреждения образования «Белорусский государственный университет культуры и искусств» (протокол № ____ от ____ 202__)

Ответственный за редакцию:

Ответственный за выпуск: В.В. Филиппенко

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Учебная дисциплина «История и теория коммуникаций» направлена на освоение студентами знаний об истории становления и особенностях развития коммуникаций, сущности, структуре, формах, средствах, функциях коммуникаций, приобретение навыков по организации эффективного коммуникативного процесса. Знание основных закономерностей протекания процессов коммуникации, навыки в области коммуникационного менеджмента являются ключевыми компонентами коммуникативной компетенции менеджера, чья деятельность осуществляется в сфере международных культурных связей и в сфере рекламы и общественных связей.

Цель дисциплины – формирование у студентов теоретических представлений и практических навыков коммуникативной компетентности, которая позволит субъекту современного социокультурного менеджмента установить эффективную коммуникацию с целевыми аудиториями.

Задачи дисциплины:

- ознакомить студентов с основными понятиями теории и истории коммуникаций;
- составить у студентов представление о предмете, законах, методах и базовых категориях теории и истории коммуникаций;
- осуществить анализ происходящих в обществе коммуникационных процессов в контексте их социокультурного значения;
- сформировать у студентов представление о коммуникации как о процессе, совершенствующемся и обретающем новые формы и вектора развития на всем пути культурогенеза;
- обеспечить студентов фактическими знаниями о развитии видов, уровней, форм и средств коммуникаций;
- проанализировать социокультурный опыт человечества в контексте типов коммуникационной культуры, принятых в определенном обществе в конкретные исторические периоды;
- дать представление об особенностях массовой коммуникации и основных коммуникационных проблемах больших и малых социальных групп;

Учебная программа разработана в соответствии с требованиями стандарта высшего образования первой ступени ОСВО-2013 по специальности 1-21 04 01 Культурология (по направлениям) и предусматривает формирование следующих специализированных компетенций:

- Для студентов специализации 1-21 04 01-02 03 «Менеджмент рекламы и общественных связей»:

- СК-13. Уметь свободно оперировать фактологическим материалом, отражающим специфику процессов коммуникации в различные культурно-исторические эпохи, применять современные теории и методы коммуникации для решения разнообразных научно-практических проблем и управленческих задач:

- Для студентов специализации 1-21 04 01-02 02 «Менеджмент международных культурных связей»:

- СК-16. Свободно оперировать фактологическим материалом, отражающим специфику процессов коммуникации в различные культурно-исторические эпохи, применять современные теории и методы коммуникации для решения разнообразных научно-практических проблем и управленческих задач.

Обучение в рамках курса строится на сочетании лекционных, семинарских и практических занятий. Лекционные занятия предназначены для освоения, теоретического осмысления и обобщения таких тематических блоков дисциплины, как:

- сущность, функции, принципы, формы профессиональных коммуникаций;
- возникновение и становление профессиональных коммуникаций;
- особенности протекания профессиональных коммуникаций;
- методики конструирования профессиональных коммуникаций;
- коммуникативные барьеры и пути их разрешения.

Семинарские и практические занятия предназначены для прикладного освоения инструментария проектирования и развития профессиональных коммуникаций и теоретического осмысления материала по следующим темам:

- формы коммуникаций;
- ценности и философия коммуникаций;
- влияние коммуникаций на динамику социокультурных процессов;
- методы решения коммуникативных проблем;
- современные эффективные методики конструирования профессиональных коммуникаций;
- коммуникативные барьеры и пути их разрешения.

По окончании изучения дисциплины студенты должны знать:

- сущность коммуникаций;
- условия и закономерности эффективной коммуникации;
- основные коммуникативные модели;

- особенности разнообразных форм и уровней коммуникации в синхронном и диахронном аспектах;
- специфику теории и истории коммуникаций, их предмет, законы, методы;
- способы преодоления коммуникационных барьеров;
- особенности массовой аудитории и специфику восприятия аудиторией сообщений массмедиа;
- сущностные характеристики, способы защиты, методы отбора информации для коммуникационных сообщений.

Студенты должны уметь:

- применять теории и методы коммуникаций для решения разнообразных исследовательских и научно-практических проблем;
- свободно оперировать фактологическим материалом, отражающим специфику процессов коммуникации в различные исторические эпохи;
- успешно дешифровать сообщения, выявляя интенции коммуникатора и применяемые им коммуникативные тактики;
- эффективно коммуницировать в различных коммуникативных пространствах;

Студенты должны владеть:

- современными методами анализа коммуникативного пространства и идентификации форм, видов, каналов коммуникации в контексте существующих социальных практик;
- эффективными способами установления и поддержания контакта с аудиторией;
- методами диагностики, предупреждения и преодоления коммуникативных барьеров;
- методикой организации коммуникативного процесса в различных социальных группах.

Для того, чтобы студенты приобрели вышеуказанные знания, умения и навыки, в процессе лекционных занятий следует использовать проблемные и обзорные лекции, внедрять в семинарские и практические занятия такие технологии обучения, как «мозговой штурм», тематическая дискуссия, научный диспут, круглый стол, выступление с презентацией и др.

Методами обучения, которые необходимо использовать в процессе занятий и которые способствуют научно-исследовательской деятельности, закреплению знаний, опыта самостоятельного решения научно-исследовательских и практических задач, являются:

- метод анализа конкретных проблемных ситуаций;
- коммуникативные технологии (тематическая дискуссия, «мозговой штурм», выступление с презентацией и др.);

- элементы проблемного и вариативного изложения, реализуемые на лекционных занятиях;

- элементы учебно-исследовательской деятельности, реализуемые на семинарских и практических занятиях.

Методами воспитания, которые необходимо использовать в на протяжении всего педагогического процесса, являются:

– методы формирования сознания (рассказ, лекция, беседа, личный пример);

– методы организации деятельности и формирования опыта поведения (поручение, воспитывающие ситуации);

– методы стимулирования (соревнование, поощрение).

Необходимо отметить, что структурой учебной дисциплины предусмотрены:

- самостоятельная работа при подготовке к семинарским и практическим занятиям;

- текущие тесты по темам учебной дисциплины;

- написание и защита рефератов.

Самостоятельная работа студентов является основным способом охвата учебного материала по учебной дисциплине в свободное от аудиторных занятий время. Цель самостоятельной работы студентов – усвоение в полном объеме содержания учебной дисциплины посредством системного планирования и контроля собственной деятельности. С учетом содержания, цели и задач учебной дисциплины «История и теория коммуникаций» студентам необходимо осуществлять как самостоятельную работу, обеспечивающую подготовку к аудиторным занятиям, так и планирование и самоконтроль при подготовке к экзамену по учебной дисциплине.

Учебная дисциплина «История и теория коммуникаций» связана с такими дисциплинами, как «Введение в специальность», «Фундаментальная культурология», «Теория и история международных культурных связей», «Практика международных культурных связей», «Рекламный менеджмент в социокультурных институтах», «Современные технологии рекламы и публичных рилейшнз», «Практика ведения международных переговоров на иностранном языке».

Учебным планом по учебной дисциплине «Профессиональные коммуникации. История и теория коммуникаций» всего предусмотрено 138 часов, из которых 68 часов – это аудиторные занятия. Распределение аудиторных часов по видам занятий осуществляется следующим образом: лекции – 28 часов, семинарские занятия – 30 часов, практические занятия – 10 часов. Рекомендованные формы контроля – экзамен.

СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОГО МАТЕРИАЛА

Тема 1. Введение в учебную дисциплину

Цель, задачи и содержание учебной дисциплины. Место учебной дисциплины в системе профессиональной подготовки культурологов-менеджеров.

Понятие «коммуникация» (исследования О. Морозовой, О. Базылевой, М. Кагана, Б. Родионова и др.). Междисциплинарный подход к исследованию коммуникации: коммуникация как объект исследования философии, культурологии, социологии, политологии, лингвистики, психологии (концепция Т. Адамьянц, П. Бондаря и Ю. Бондаря, О. Гулевич, М. Кагана, А. Флиера, А. Шахматова и др.).

Коммуникация как социальный феномен: ключевые характеристики (контент-анализ В. Ерохина и Н. Ерохиной, С. Баркова и др.).

Тема 2 Возникновение и развитие коммуникационной культуры общества

Словесность, книжность, мультимедийность как типы коммуникационной культуры общества и их основные характеристики (исследования А. Морозова, А. Соколова, Ф. Шаркова и др.).

Словесность: особенности общинной коммуникационной системы, средства передачи информации, основные каналы, функции.

Письменность в качестве нового коммуникационного канала. Предметное письмо, пиктограммы, иероглифы, буквенно-фонетическое письмо и их характеристики (концепция Ч. Лоукотка, Д. Дирингера, В. Истрина, Я. Шницера и др.). Значение письменности для становления палеокультурой книжности.

Исторические периоды палеокультурой книжности и их характеристики (классификация В. Васильева, Л. Владимирова и др.). Особенности палеокультурой рукописной книги. Изобретение книгопечатания и возникновение мануфактурной книжности.

Основные характеристики мануфактурной книжности конца XV-XVIII вв. (ретроспектива М. Калачевой, О. Дмитриевой, А. Моисеевой и др.). Индустриальная книжность XIX-XX вв. в странах Западной и Восточной цивилизаций: общие тенденции развития и отличительные особенности (исследования Ю. Прокопенко, И. Манкевич, Н. Симоновой и др.).

Мультимедийность как феномен коммуникационной культуры XXI века: сущность, средства, каналы (контент-анализ Д. Кульчицкой, И. Елинера, О. Шлыковой и др.).

Тема 3 Коммуникации в эпоху Античности

Особенности письменности в Древней Греции и Древнем Риме (ретроспектива О. Никифоровой и А. Марцевило, И. Тронского и др.). Античные библиотеки и их функционирование (концепция И. Богдановой, Н. Долговой, Б. Володина и др.).

Предпосылки возникновения ораторского искусства (контент-анализ Р. Лощенковой, И. Кузнецова, И. Стрельниковой и др.). Ораторское искусство Древней Греции: софистика, основные положения и представители (Гиппий, Горгий, Протагор и др.). Протагор как основоположник искусства риторики. Горгий и его научный взгляд на ораторское искусство. Значение софистики для развития коммуникаций (исследования А. Бековой, С. Перевалова, К. Рекош, И. Романенко, Б. Чернышева и др.). Культура древнегреческого античного диалога (учения Платона, Сократа, Аристотеля и др.). Сократ и его концепция «целесообразности слова» в диалоге. Искусство дискурса в учении Платона. Основные положения трактата «Риторика» Аристотеля. Научный вклад Аристотеля в развитие коммуникаций (концепция Н. Гапоновой, Г. Сориной, Р. Платонова и др.).

Ораторское искусство Древнего Рима (Квинтилиан, Корвин, Цицерон, Сенека и др.). Риторские школы и их программа обучения. Трактаты Цицерона «Об ораторе» и «Оратор»: основные положения. «Учить», «услаждать» и «побуждать» как ключевые задачи оратора. Теоретические и практические принципы ораторского искусства в учении Квинтилиана (контент-анализ В. Булудовой, Т. Кузнецовой, Г. Хазагерова, А. Лопухина и др.).

Тема 4 Коммуникационные процессы в Средние века

Средневековая герменевтика: сущность и основные характеристики (ретроспектива А. Корсунского, Р. Светлова, М. Соболевой и др.).

Герменевтика Александрийской и Антиохийской школы: основные положения и представители (Климент Александрийский, св. Иероним, Ориген, Филон, Юлий Африканский, св. Епифаний, Евсей Кесарский и др.).

Влияние религиозных догм на теоретические основания средневековой риторики в трудах Беда Достопочтенного, Иоанна Златоуста, Исидора Севильского, Юлия Руфинского и др. (контент-анализ А. Карабыкова, Л. Харитоновой и др.). Объект и предмет коммуникации в трудах Михаила Пселла «О сочетании частей речи» и «Обзор риторических идей» (концепция А. Ларионова, Я. Любарского, Т. Щукина и др.).

Основные положения учения Аврелия Августина о принципах риторики (концепция В. Бычкова, О. Дьяченко, Е. Шульга и др.). Исследования гомилетики как науки о церковном проповедничестве в трудах

Фомы Аквинского: коммуникативный аспект (контент-анализ Е. Данкевич, А. Демидова, Т. Стецюра и др.).

Тема 5 Проблематика коммуникации в эпоху Возрождения и эпоху Просвещения

Человек как объект коммуникации в период Ренессанса (ретроспектива Н. Гапоновой, Р. Сулеймановой, Н. Хренова и др.). Формы, каналы коммуникации в эпоху Возрождения и их характеристики (концепция И. Докучаева, И. Лысака, А. Тарасовой и др.). Вклад И. Гуттенберга и Ф. Скорины в развитие коммуникаций.

Книга как инструмент светского просвещения (исследования О. Андреевой и Т. Куприяновой, А. Липатова и др.). Структура языка и его основные коммуникативные характеристики в концепциях Ф. Бэкона, Р. Декарта, И. Ньютона и Г. Лейбница. Значение труда Д. Дедро «Энциклопедия, или толковый словарь наук, искусств и ремесел» для развития коммуникаций (концепция С. Герасимовой, Ю. Новикова, Р. Сементковского и др.). Идеи Ж. Ж. Руссо о чувственной природе человека и его научный вклад в понимание эмпатии в качестве эффективного инструмента коммуникационного взаимодействия (контент-анализ Т. Занадворовой, Н. Мельник, Т. Торубаровой и др.).

Определение «научная коммуникация» и ее понимание в XVIII веке: функции, формы, каналы (концепция О. Бойченко, О. Выдрина, Е. Ивановой, Т. Лебедевой и др.).

Особенности, структура, основные функции языка как средства коммуникации в философии И. Канта и В. Гумбольта (исследования В. Алпатова, Е. Басина, А. Галиевой и З. Ибрагимовой, С. Никоновой, В. Панченко, М. Смирнова, Т. Фесенко и др.).

Тема 6 Исследования коммуникационных процессов в XIX – первой трети XX вв.

Герменевтические принципы, отраженные в концепции Ф. Шлейермахера: «субъект-субъектная» коммуникация и ее основные характеристики (контент-анализ А. Алаевой, Д. Антисери и Дж. Реале, В. Марчука и др.). Коммуникативная проблематика искусства в философии Г. Гегеля: «объективное» и «субъективное» в искусстве как средстве общения (исследования Е. Басина, Л. Горбуновой, Э. Ильенкова и др.). Сущность «живого» языка в качестве средства межличностной коммуникации, влияние иноязычных слов на «живой» язык: теория И. Фихте (ретроспектива Е. Кузнецовой и А. Крашенинникова, А. Тесля, А. Чанышева и др.). Понятие «Воля» в концепции А. Шопенгауэра и ее значение для

коммуникационных действий (исследования М. Бандурина и К. Юдина, Н. Маховой, Ц. Тарганадзе и др.). Основные положения критики языка в теории Ф. Ницше (концепция А. Лавровой, Л. Лангоне, Р. Счастливецова и др.).

Язык в качестве универсальной знаковой системы в теории Ф. де Соссюра (контент-анализ Г. Струговой, Е. Шлыковой и Л. Пархоменко и др.). Понятия «знак» и «символ» в семиотической парадигме Ч. Пирса: коммуникативный аспект (исследования М. Кухта, Н. Лукьяновой, А. Романовской и др.). Диалектика языка в концепции Л. Витгенштейна: языковые границы, способность языка отражать связь «объект-название объекта» (ретроспектива А. Корольковой, Д. Котелевского, И. Павлова и др.). Диалог («Я-ТЫ») и монолог («Я-ОНО») как формы речевой коммуникации в исследованиях М. Бубера (контент-анализ Л. Абросимовой, А. Зиновьевой, Т. Лифинцевой и др.). Цель диалога, его задачи, особенности функционирования в диалогической теории М. Бахтина (структурный анализ С. Богуславской, Н. Голосовой и Е. Коваленко, С. Морозова и др.).

Тема 7 Развитие теории коммуникации в 1930-х- 1990-х гг.: основные концепции и их научное значение

Исследование коммуникации как внутренней потребности личности в учении К. Ясперса: понятие «подлинности» коммуникации, функциональные возможности языка в качестве средства передачи информации (контент-анализ А. Белозерова, А. Демидова, О. Краснояровой и др.).

Факторы, определяющие коммуникационную потребность личности в теории З. Фрейда, К.-Г. Юнга, Э. Фромма; влияние факторов на процесс внутриличностной, межличностной и массовой коммуникаций (ретроспектива А. Араблинской, А. Гадаева, С. Лютовой, А. Мунина и др.).

Теория Э. Холла о межкультурной коммуникации: цель, задачи, понятие «межкультурная компетенция» (исследования Н. Безугловой, Ю. Таратухиной и др.). Распространение информации в массовой коммуникации, длительность функционирования, степень достоверности и значимость для получателя в теории Г. Олпорта и Л. Постмана (контент-анализ Д. Горбатова, Д. Ольшанского, А. Пантелеева, А. Франца и др.).

Социальные факторы коммуникативных действий в теории Ж. д'Арси, Дж. Остина, Дж. Сёрля, Н. Лумана, Ю. Хабермаса и др. (исследования Е. Васечко, Л. Гайнуллиной и Л. Леонтьевой, Е. Гонгалло, Е. Чекушиной и др.). Массовые коммуникации как социокультурный феномен в трудах Ж. Бодийяра, Х. Инниса, Г.-М. Маклюэна, А. Моля и др. (исследования И. Архангельской, Л. Ажимовой, И. Коломейцева, В. Родиной, Е. Шулевой и др.).

Тема 8 Коммуникации как объект исследования современной науки

Основные характеристики элементов коммуникации в теории Д. МакКуэйла: понятия «коммуникационная сеть», «средства коммуникации», «информация» (контент-анализ М. Назарова, В. Косякова и Е. Универсалука, О. Савиновой и А. Коданиной и др.).

Виды мотивов коммуникации, формы невербальной коммуникации, функции в трудах М. Томаселло (исследования Т. Ахутиной, Е. Соколовой и Е. Федорович и др.). Классификация этапов эволюции вербальных и невербальных средств коммуникации в исследованиях Д. Бикертонна (концепция С. Бурлак, А. Барулина, Н. Вахтина, А. Козинцева и др.). Структурные единицы, функции, социальные характеристики языка тела как семиотической системы в концепции М. Можейко: коммуникативный аспект.

Инструменты усвоения информации в групповой коммуникации, гипотеза «культурного драйва» К. Лаланда: контент-анализ.

Классификация критериев оценки коммуникативной компетентности коммуникатора и их характеристики в концепциях Ю. Емельянова, Ю. Жукова, Н. Хрящевой и др. Основные элементы и параметры коммуникативной компетентности менеджера в концепции А. Левченко, И. Серегиной, Л. Емельяновой и др.

Коммуникация в организациях и факторы повышения ее эффективности в исследованиях М. Бабосова, Е. Вишневецкого, С. Гармаевой, О. Грицкевич, И. Сидорской и др.

Тема 9 Типология коммуникаций

Сущностные характеристики интерперсональной, межличностной, групповой, межгрупповой, массовой коммуникаций и особенности функционирования (контент-анализ М. Василика, А. Мирошниченко, С. Зелинского и др.).

Типология коммуникаций по массовости вовлеченности ее субъектов: сущностные характеристики (классификация А. Морозова, Б. Кашкина и др.). Классификация и характеристики коммуникаций по способу установления и поддержания контакта (исследования М. Федотовой, Ф. Шаркова и др.).

Типы коммуникаций в зависимости от направления потока информации и их ключевые характеристики (концепция Н. Бондаренко, И. Демьяновой, Ж. Николаевой и др.).

Классификация и сущность коммуникаций по степени инициативности участников (исследования Н. Валитовой, А. Моисеевой и др.).

Типология и ключевые характеристики коммуникаций по степени организованности субъектов коммуникативного процесса (концепция Г. Почепцова, О. Гнатюка и др.).

Тема 10 Функции, принципы, средства, каналы коммуникаций

Теоретические подходы исследования функций коммуникаций и их прикладное значение в коммуникативном процессе (классификация Ю. Берсеновой, Е. Третьякович, О. Шкор и др.).

Сущностные характеристики принципов коммуникаций (исследования Д. Гавра, Л. Чернышовой, И. Шумкиной и др.).

Вербальные средства коммуникации: сущность, особенности использования в коммуникативном процессе (контент-анализ М. Лесной, Г. Почепцова, С. Тер-Минасовой и др.). Классификация, основные характеристики и особенности применения невербальных средств коммуникации (исследования М. Андрианова, В. Попкова, А. Садохина и др.). Паравербальные средства коммуникации: сущностные характеристики и назначение (концепция Т. Грушевицкой, М. Гузиковой, Р. Потаповой и В. Потапова и др.).

Типология коммуникационных каналов и их выбор в коммуникативной ситуации (классификация Д. Думанского, С. Гуськовой, Т. Сахнюк и др.).

Применение вербальных, невербальных и паравербальных средств коммуникации культурологом-менеджером в профессиональной деятельности.

Тема 11 Речевая деятельность и общение в коммуникации

Понятие «речевая деятельность» и основные характеристики (исследования В. Глухова, М. Кыркинбаевой, А. Леонтьева и др.).

Современные теоретические исследования видов речевой деятельности и их содержание (классификация Д. Гаппаровой и У. Каримова, Л. Ковригиной, Е. Роготневой и др.). Уровневое строение речевой деятельности: фазы и их характеристики (теория С. Рубенштейна, В. Глухова и В. Ковшикова, Л. Щербы и др.). Классификация и характеристики механизмов речевой деятельности (исследования П. Анохина, Н. Бернштейна, В. Кожевникова и др.).

Практическое применение механизмов речевой деятельности в профессиональных коммуникациях (концепция Е. Баруэло Гонзалез, И. Диманте, Н. Дмитриевой и др.).

Понятие «общение», классификация функций общения (исследования В. Дроздовой, Е. Овсянниковой, Н. Челдышовой и др.). Типология общения в современных гуманитарных исследованиях (концепция Н. Леонова, К. Стволыгина, А. Моисеевой и др.).

Коммуникативная, перцептивная, интерактивная стороны общения и их деятельные механизмы в коммуникативных практиках (исследования Г. Андреевой, Н. Зиминой, Г. Панфиловой и др.).

Тема 12 Формы смыслового взаимодействия в коммуникациях

Теоретические исследования форм коммуникационных действий и их характеристики (контент-анализ А. Морозова, А. Соколова и др.).

Подражание как форма взаимодействия в коммуникации: цель, функции, принципы действия (исследования А. Бандура, Г. Тард, О. Митрофановой и О. Малий, Н. Михайловского и др.). Практическое применение механизмов подражания (концепция Н. Гнатко, Д. Ольшанского, И. Прохоровой и др.).

Сущностные характеристики диалога в качестве формы коммуникационного действия (исследования В. Федотовой, Г. Левина и др.). Современные подходы типологизации диалога (классификация Г. Еремекбаевой, А. Мурашова, Ю. Панова и др.). Диалог, монолог, полилог: отличительные характеристики (структурный анализ О. Быковой, Е. Поповой и И. Кострулевой, Е. Ярковой и др.). Диалог – дискурс: смысловое значение содержания в коммуникациях (контент-анализ С. Иманжусупова, В. Карасика, Н. Сперанской, О. Яцевич и др.).

Управление как коммуникационное действие: основные характеристики (исследования Н. Морозовой, И. Рассудительновой и др.). Способы воздействия в управлении (концепция И. Дзялошинского, Э. Лисс и др.). Формы управленческого монолога (исследования Е. Емельяновой, Ю. Зуляр, Т. Сахнюк и др.). Практическое взаимодействие форм коммуникационных действий в профессиональной деятельности культуролога-менеджера.

Тема 13 Модели и структурные компоненты коммуникаций

«Коммуникатор», «коммуникант», «сообщение (информация)», «код», «канал», «реакция (эффективность)» как основные элементы коммуникации (контент-анализ С. Зубкова, Б. Кашкина, Э. Никифорова, А. Сафиной и А. Устиновой и др.).

Модели и элементы речевой коммуникации Аристотеля и Квинтилиана: сравнительный анализ.

Контент-анализ линейных моделей коммуникации Г. Лассуэлла, К. Шеннона и У. Уивера, Р. Якобсона и др.

Нелинейные модели коммуникационного процесса: элементы и возможность применения в деятельности культуролога-менеджера (модель Н. Винера, Т. Ньюкомбо, М. де Флера, Ч. Осгуда и У. Шрамма и др.).

Достоинства и недостатки модели межличностной коммуникации Ф. Шульца фон Туна. Модель двухступенчатого потока информации П. Лазарсфельда, Э. Катца, Б. Берельсона, Г. Годе и особенности использования при формировании общественного мнения. Структура модели

«публичной коммуникации» А. Кривоносова и ее применение в практической деятельности культуролога-менеджера.

Тема 14 Доминанты коммуникации и их классификация

Понятие «доминанта коммуникации», классификация доминант коммуникации: социокультурный аспект (контент-анализ С. Асатряна, Л. Куликовой, Т. Медведевой, Т. Фогель и др.)

Стратификационные доминанты коммуникации (социальный статус, социальная дифференциация, интеграция, интерференция) и их применение в коммуникативной практике (концепция В. Беленькова, С. Володина, М. Запорожец, А. Степанова и др.).

Ситуативные доминанты коммуникации (коммуникативные роли, коммуникативная сфера, коммуникативная ситуация, коммуникативная установка): особенности практического действия (исследования В. Кашкина, Ю. Прохорова, Т. Скориковой, Ф. Шаркова и др.).

Качественные характеристики и использование в профессиональной деятельности культуролога-менеджера ценностной ориентации, оценочной информации, оценки партнера, самооценки, культурного стереотипа как оценочных доминант коммуникации (структурный анализ М. Богатыревой, Е. Купчик, А. Мендыгалиевой, Л. Чесноковой, Т. Эксакусто и др.).

Сущность и проявление в профессиональных коммуникациях контактоустанавливающей, самопрезентационной, апеллятивной, побудительной, волеизъявительной, регулирующей, ритуальной и перформативной доминант как функциональных доминант коммуникации (концепция В. Конецкой, А. Соколова и др.).

Тема 15 Личность как субъект коммуникативного процесса

Понимание личности с позиции философской, культурологической, лингвистической, психологической научных парадигм (исследования Д. Зиглера и Л. Хьела, И. Игнатова, Ю. Колобовой, Г. Панасенко, В. Филиппенко и др.).

Теоретические подходы исследования понятия «языковая личность» и его сущностных характеристик (контент-анализ Г. Богина, С. Воркачева, Ю. Караулова, Ю. Прохорова). Понятие «коммуникативная личность»: культурные и коммуникативные характеристики (концепция В. Карасика, В. Конецкой, Е. Ракитянской и др.). Мотивационный, когнитивный, функциональный параметры коммуникативной личности и их значение для профессиональной деятельности (исследования А. Белозерцева, Э. Коркия и А. Мамедова, Ф. Шарков и др.). Соотношение понятий «коммуникативная личность» и «языковая личность»: контент-анализ.

Классификация типов коммуникативной личности и их характеристики (типология А. Добровича, М. Коноваленко и др.). Социальный опыт, коммуникативный статус, коммуникативные способности, коммуникативный потенциал как компоненты, входящие в структуру коммуникативной личности и их практическое действие (концепция С. Асатрян, Л. Куликовой, В. Мурылева и др.). Трансакционная модель коммуникативной личности Д. Гавра: структурный анализ компонентов.

Понятие «коммуникативная компетентность»: социокультурный аспект (исследования И. Багдасарьян, А. Морозова, Ю. Соболевской и др.). Элементы структуры коммуникативной компетентности личности и их прикладное значение для профессиональной деятельности (исследования С. Губиной, М. Лукашенко, П. Фетисова и др.).

Тема 16 Коммуникатор и аудитория

Понятие «аудитория»: коммуникативный аспект (исследования Т. Новиковой, А. Шарикова, А. Соколова и др.). Типология исследования аудитории: социально-психологический и демографический критерии и их характеристики (концепция М. Коноваленко и В. Коноваленко, Л. Лебедевой, С. Москалева, Е. Струковой и др.). Объективные и субъективные характеристики аудитории и их влияние на коммуникативный процесс (контент-анализ С. Гуськовой, Ю. Магницкого и др.). Классификация реакции аудитории на сообщение (типология М. Василика, В. Коробейникова и др.).

Коммуникатор и его базовые качества (исследования Н. Богомоловой, Г. Бороздиной, О. Гулевич, Л. Казаковой, Г. Паршуковой и др.). Типология видов воздействия коммуникатора на аудиторию (классификация Е. Доценко, Г. Ковалевой, А. Сухова и др.). Основные методы воздействия коммуникатора на аудиторию (контент-анализ А. Гич и Л. Терещенко, И. Дзялошинского, М. Коваль и Е. Захаровой и др.). Классификация базовых требований к коммуникатору и аудитории при осуществлении взаимодействия (исследования А. Морозова, Ф. Шаркова и др.).

Тема 17 Обратная связь и эффективность коммуникаций

Понятие «обратная связь» в коммуникации (концепция А. Моисеевой, Н. Шевандрина и др.). Сущностные характеристики оценочной и безоценочной обратной связи (исследования О. Малаховой, А. Мальцева, А. Черкасовой и др.). Критерии эффективной и неэффективной обратной связи (контент-анализ О. Виханского, Н. Журавлевой, А. Наумова, Е. Стремоусовой и др.). Практико-ориентированные методы выстраивания

обратной связи (методика О. Васильевой, Н. Журавлевой, Н. Мелокян и А. Саакян, Т. Рассела и др.).

Типология исследования барьеров коммуникации (классификация А. Сафиной, Э. Никифоровой и А. Устинова, Д. Сорокиной, Л. Чернышовой и др.). Барьеры коммуникации, обусловленные внешними условиями) и способы их преодоления (концепция А. Василика, М. Круталевич и др.). Технические барьеры коммуникации и инструменты их устранения (исследования А. Соколова, В. Тищенко и др.). Психофизиологические барьеры коммуникации: сущность, способы нивелирования (исследования Ю. Абакумовой, М. Круталевич, Я. Лупьян и др.). Социокультурные барьеры коммуникации и методы их нейтрализации (методика Б. Парыгина, Д. Сорокиной, Г. Андреевой и др.).

Тема 18 Информация как основа коммуникативного процесса. Средства массовой информации

Понятие «информация» в коммуникации (определение И. Шумкиной, А. Дятлова и П. Сажина и др.). Типология исследования свойств информации (классификация М. Василика, С. Гуськовой, О. Мотовиловой и др.). Понятия «социальная» и «биологическая» информация и их характеристики (исследования В. Варганова, А. Соколова и др.). Классификация специализированной информации как вида социальной информации и особенности ее применения в коммуникациях (концепция Л. Беляевой и В. Чернявской, И. Богдановой и др.). Сущностные характеристики понятия «массовая информация» и ее функционирование в современном социуме (исследования А. Иванькова и К. Тендит, А. Маркова и др.).

Типология исследования средств массовой информации (классификация Л. Леонтьева и Э. Нуриева, Л. Федотовой и др.). Основные функций средств массовой информации и их роль в современном социуме (концепция Л. Васильевой, В. Ворошилова, Я. Засурского, Е. Прохорова и др.). Пропаганда и манипуляция как методы влияния средств массовой информации на формирования общественного мнения (контент-анализ С. Зелинского, К. Морозова и О. Питько, А. Сашенко и др.).

Тема 19 Информация как объект защиты. Информационные войны.

Понятие «информационная безопасность» и классификация центров информационной безопасности (исследования Е. Вострецовой, В. Ясенева и др.). Государство, юридическое лицо, физическое лицо и группа физических лиц как собственники информации: сущностные характеристики.

Понятие «защита информации» и его связь с информационной безопасностью (исследования В. Барсукова, Г. Жигулина и др.). Законность,

системность, комплексность, непрерывность, разумная достаточность, гибкость, простота применения средств как основные направления защиты информации (исследования И. Бачило, В. Лопатина, М. Федотова, А. Нурпеисовой и др.). Средства защиты информационной безопасности: технические, программные, организационные, морально-этические, законодательные (концепция В. Барсукова, А. Зайцева и А. Шелупанова, С. Макаренко, С. Нестерова и др.).

Основные правовые и нормативные документы Республики Беларусь, связанные с предметной областью защиты информации: контент-анализ (Закон Республики Беларусь «Об информации, информатизации и защите информации», Закон Республики Беларусь «О защите персональных данных» и др.).

Понятие «информационная война» и ее объекты воздействия (исследования Н. Брусницына, А. Кузьмович и др.). Политическая, финансово-экономическая, дипломатическая, Интернет сферы ведения информационной войны (концепция А. Манойло, В. Новикова, И. Панарина и др.). Действенные методы противостояния информационной войне в Интернет-пространстве (методика М. Донского, Л. Бураевой, Д. Фролова и др.).

Тема 20 Основные аспекты межкультурной коммуникации

Понятие «межкультурная коммуникация» и типология ее уровней (классификация Т. Грушевицкой, Д. Гудкова, А. Садохина и др.). Этнический и национальный уровни межкультурной коммуникации в больших группах: сущностные характеристики (концепция О. Леонтович, С. Песоцкой и др.). Лингвистический и невербальные аспекты межкультурной коммуникации и их особенности (исследования А. Василика, Т. Фрика и др.). Типология исследования восприятия межкультурных различий (классификация Н. Иконниковой, В. Кочеткова, Э. Усовской и др.). Понятие «культурный шок» и его сущностные характеристики: контент-анализ.

Классификация барьеров межкультурной коммуникации (концепция О. Курачек, С. Саблиной, А. Садохина и др.). Понятие «толерантность»: сущность, основные рекомендации, способствующие выработке толерантности в концепции К. Ситарамы и Р. Когделла. Критерии оценки эффективности межкультурной коммуникации (исследования В. Дягелева, Т. Лаптиева и А. Тюркова, О. Хухлаева и др.).

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Очная форма получения высшего образования

Название темы	Количество аудиторных часов			Количество часов СРС	Форма контроля знаний
	лекции	практические занятия	семинарские занятия		
Тема 1. Введение в учебную дисциплину	1		1	2	Фронтальный опрос, выступления с докладами и презентациями. Проверка заданий по УСР.
Тема 2. Возникновение и развитие коммуникационной культуры общества	1		1	2	Фронтальный опрос выступления с докладами и презентациями. Проверка заданий по УСР.
Тема 3. Коммуникации в эпоху Античности	1		1	2	Оценка качества написания реферата, самоконтроль знаний, Выступления с докладами и презентациями.
Тема 4. Коммуникационные процессы в Средние века	1		1	2	Оценка качества написания реферата, самоконтроль знаний, выступления с докладами и презентациями.
Тема 5. Проблематика коммуникации в эпоху Возрождения и в эпоху Просвещения	1		1	2	Оценка качества написания реферата, самоконтроль знаний. Выступления с докладами и презентациями.
Тема 6. Исследования коммуникационных	1		1	2	Оценка качества написания реферата, самоконтроль знаний.

процессов в XIX – первой трети XX века					Выступления с докладами и презентациями. Тест.
Тема 7. Развитие теории коммуникации в 1930-х – 1990-х гг.: основные концепции и их научное значение	1		1	2	Фронтальный опрос. Оценка качества написания реферата, выступления с докладами и презентациями.
Тема 8. Коммуникации как объект исследования современной науки	1		2	2	Фронтальный опрос. Оценка качества написания реферата, выступления с докладами и презентациями, самоконтроль знаний.
Тема 9. Типология коммуникаций	1		1	2	Фронтальный опрос. Выступление с докладами и презентациями, самоконтроль знаний.
Тема 10. Функции, принципы, средства, каналы коммуникаций	1	6		4	Проверка качества выполнения практических заданий, самоконтроль знаний. Тест. Оценка качества написания реферата. Проверка заданий по УСР.
Тема 11. Речевая деятельность и общение в коммуникации	1	6	2	4	Фронтальный опрос. Оценка качества написания реферата, самоконтроль знаний. Тест. Выступление с докладами и презентациями.
Тема 12. Формы смыслового взаимодействия в коммуникациях	1	6		2	Проверка качества выполнения практических заданий, самоконтроль знаний. Оценка качества написания реферата. Проверка заданий по УСР.
Тема 13. Модели и	1	6		2	Проверка качества

структурные компоненты коммуникаций					выполнения практических заданий, самоконтроль знаний. Оценка качества написания реферата. Проверка заданий по УСР.
Тема 14. Доминанты коммуникации и их классификация	1		2	4	Оценка качества написания реферата, выступления с докладами и презентациями. Проверка заданий по УСР.
Тема 15. Личность как субъект коммуникативного процесса	1	4	2	4	Фронтальный опрос, самоконтроль знаний. Выступления с докладами и презентациями. Проверка заданий по УСР.
Тема 16. Коммуникатор и аудитория	1	4	2	2	Фронтальный опрос. Выступление с докладами и презентациями. Проверка заданий по УСР.
Тема 17. Обратная связь и эффективность коммуникаций	1	6		2	Проверка качества выполнения практических заданий, самоконтроль знаний. Оценка качества написания реферата. Тест.
Тема 18. Информация как основа коммуникативного процесса. Средства массовой информации	1		2	4	Фронтальный опрос. Оценка качества написания реферата. Выступления с докладами и презентациями. Проверка заданий по УСР.
Тема 19. Информация как объект защиты, Информационные войны	1	6		4	Проверка качества выполнения практических заданий, самоконтроль знаний. Оценка качества написания реферата.

Тема 20. Основные аспекты межкультурной коммуникации	1		2	2	Оценка качества написания реферата. Выступления с докладами и презентациями. Тест.
Всего	20	44	22	52	Экзамен

Заочная форма получения высшего образования

Название темы	Количество аудиторных занятий			Форма контроля знаний
	Лекции	Практические занятия	Семинарские занятия	
Тема 1. Введение в учебную дисциплину	2			Фронтальный опрос
Тема 2. Возникновение и развитие коммуникационной культуры общества	2			Фронтальный опрос
Тема 8. Коммуникации как объект исследования современной науки			2	Оценка качества написания реферата, самоконтроль знаний, выступления с докладами и презентациями
Тема 9. Типология коммуникаций	2			Фронтальный опрос
Тема 10. Функции, принципы, средства, каналы коммуникаций		2		Проверка качества выполнения практических заданий, самоконтроль знаний. Оценка качества написания реферата.
Тема 11. Речевая деятельность и общение в коммуникации		2		Проверка качества выполнения практических заданий, самоконтроль знаний. Тест.
Тема 12. Формы смыслового взаимодействия в коммуникациях		2		Проверка качества выполнения практических заданий, самоконтроль знаний. Оценка качества написания реферата.
Тема 13. Модели и структурные компоненты коммуникаций	2			Фронтальный опрос

Тема 15. Личность как субъект коммуникативного процесса			2	Оценка качества написания реферата, самоконтроль знаний, выступления с докладами и презентациями
Тема 16. Коммуникатор и аудитория	2			Фронтальный опрос
Тема 18. Информация как основа коммуникативного процесса. Средства массовой информации			2	Оценка качества написания реферата, самоконтроль знаний, выступления с докладами и презентациям. Тест.
Всего	10	6	6	Экзамен

ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

Литература

Основная

1. Коноваленко, В. А. Основы интегрированных коммуникаций : учебник и практикум для академического бакалавриата / В. А. Коноваленко, М. Ю. Коноваленко, Н. Г. Швед. - Москва : Юрайт, 2021. - 485, [1] с. : табл., рис. ; 21x14 см. - Библиогр.: с. 483-484 (18 назв.), (стр. 231-389)
2. Сорокина, Э. А. Основы теории межкультурной коммуникации : учебное пособие / Э. А. Сорокина. — Москва : РУТ (МИИТ), 2019. — 251 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/175782>
3. Самарцев, О. Р. Основы теории коммуникации : учебное пособие / О. Р. Самарцев. – Ульяновск : УлГУ, 2020. – 110 с. – Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book>
4. Шарков, Ф. И. Коммуникология: основы теории коммуникации : учебник / Ф. И. Шарков. – 6-е изд., стер. – Москва : Дашков и К°, 2021. – 488 с. : ил. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=621689> – Библиогр.: с. 450-451.

Дополнительная

1. Закон Республики Беларусь «О защите персональных данных» [Электронный ресурс] // Национальный центр правовой информации Республики Беларусь – Режим доступа: <https://pravo.by/document/?guid=12551&p0=H12100099&p1=1&p5=0>. – Дата доступа: 28.08.2021.
2. Закон Республики Беларусь «Об информации, информатизации и защите информации» [Электронный ресурс] // Национальный центр правовой информации Республики Беларусь – Режим доступа: <https://pravo.by/document/?guid=3871&p0=h10800455> – Дата доступа: 28.08.2021.
3. Биюмена, А. А. Коммуникативное пространство Беларуси / А. А. Биюмена [и др.]. – Минск : МГЛУ, 2021. – 147 с.

4. Блюмин, А. М. Мировые информационные ресурсы : учеб. пособие / А. М. Блюмин, Н. А. Феоктистов. – 3-е изд., перераб. и доп. – М. : Дашков и К*, 2015. – 382 с.
5. Гордукалова, Г. Ф. Технологии анализа и синтеза профессиональной информации : [учеб.-практ. пособие] / Г. В. Гордукалова. – СПб. : Профессия, 2015. – 543 с.
6. Зимняя, И. А. Коммуникативная компетентность, речевая деятельность, вербальное общение / И. А. Зимняя, И. А. Мазаева, М. Д. Лаптева ; под редакцией И. А. Зимней. — Москва : Аспект Пресс, 2020. — 400 с. - Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/>
7. Коммуникационный менеджмент: факторы эффективности коммуникации, неформальные массовые коммуникации, реклама и корпоративные медиа, голос и речь как инструменты коммуникации : учеб. пособие: для бакалавров и магистров направлений подготовки 42.03.01, 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью», 42.03.02, 42.04.02 «Журналистика» / Г. Л. Акопов [и др.]. – СПб. : Питер Прогресс книга, 2020. – 300 с. : ил.
8. Кононова, Е. Е. Информационное общество: мейнстрим национальных медиасистем / Е. И. Кононова. – Минск : Издательский центр Белорусского государственного университета, 2020. – 142 с.
9. Культура речи. Научная речь : учеб. пособие для вузов / В. В. Химик [и др.] ; под ред. В. В. Химика, Л. Б. Волковой. – 2-е изд., испр. и доп. – М. : Юрайт, 2020. – 270 с.
10. Корнилов, О. А. Контексты межкультурной коммуникации : учеб. пособие / О. А. Корнилов. – М. : КДУ, 2019. – 183 с.
11. Лазаревич, А. А. Становление информационного общества: коммуникационно-эпистемологические и культурно-цивилизационные основания : [моногр.] / А. А. Лазаревич ; [науч. ред. И. Я. Левяш]. – Минск : Беларуская навука, 2015. – 536 с.
12. Межкультурная коммуникация в условиях глобализации : учеб. пособие / В. С. Глаголев [и др.] ; [ред.-сост. В. С. Глаголев]. – Изд. 2-е, перераб. и доп. – М. : Проспект, 2019. – 199 с.
13. Новиков, В. В. Технологии пропаганды: учеб.-метод. пособие / В. В. Новиков, К. Д. Герасимов. – 3-е изд., стер. – М. : Флинта : Екатеринбург, Издательство Уральского университета, 2019. – 146 с.
14. Перепелица, Е. В. Государство и общество: концептуальные основы сетевой коммуникации: [моногр.] / Е. В. Перепелица. – Минск : Право и экономика, 2021. – 303 с.

15. Петрович, М. В. Переговорный процесс: учеб. пособие для студентов учреждений высшего образования по специальности «Маркетинг» / М. В. Петрович, С. П. Мармашова. – Минск : Амалфея, 2021. – 403 с.

16. Почепцов, Г. Н. Информационные войны: [новый инструмент политики] / Г. Г. Почепцов. – М. : Алгоритм, 2015. – 254 с.

17. Профессиональные коммуникации: История и теория коммуникации [Электронный ресурс]: учеб.-метод. комплекс по учебной дисциплине для специальности 1-21 04 01 Культурология, направления специальности 1-21 04 01-02 Культурология (прикладная), специализации 1-21 04 01-02 02 Менеджмент международных культурных связей, специализации 1-21 04 01-02 03 Менеджмент рекламы и общественных связей / Белорусский государственный университет культуры и искусств, Факультет культурологии и социокультурной деятельности, Кафедра межкультурных коммуникаций; сост. А. В. Морозов. – Электрон. текст. дан. – Минск, 2018. – 104 с. : табл. – Библиогр.: с. 102-104 (25 назв.). – Режим доступа: <http://repository.buk.by/handle/123456789/18542>. – Заглавие

18. Поплавская, Т. В. Пойми меня правильно: интерпретация коммуникативного поведения: учеб. пособие / Т. В. Поплавская, Т. А. Сыроева. – М. : Флинта, 2019. – 270 с.

19. Скибицкий, Э. Г. Научные коммуникации : учеб. пособие для бакалавриата и магистратуры / Э. Г. Скибицкий, Е. Т. Китова. – 2-е изд. – М. : Юрайт, 2018. – 204 с.

20. Таратухина, Ю. В. Межкультурная коммуникация в информационном обществе : учеб. пособие / Ю. В. Таратухина, Л. А. Цыганова, Д. Э. Ткаленко. – М. : Издательский дом Высшей школы экономики, 2019. – 254 с.

21. Таратухина, Ю. В. Межкультурная коммуникация. Семиотический подход : учебник и практикум для академического бакалавриата : учеб. и практикум для студентов высших учебных заведений, обучающихся по гуманитарным направлениям / Ю. В. Таратухина, Л. А. Цыганова. – М. : Юрайт, 2019. – 197 с.

22. Филиппенко, В. В. Детерминанты творчества личности: культурологический аспект [Электронный ресурс] / В. В. Филиппенко // Вестник Полоцкого государственного университета. Серия Е. Педагогические науки. – 2013. – №15. – С. 117-120. – Режим доступа: <http://hdl.handle.net/123456789/11606>. – Дата доступа: 15.08.21.

23. Хведченя, Л. В. Социокультурное общение: учеб.-метод. пособие для студентов неязыковых специальностей учреждений высшего

образования / Л. В. Хведченя, А. М. Ковальчук, Э. В. Рунцова. – Минск : БГУ, 2020. – 173 с.

24. Шарков, Ф. И. Интегрированные коммуникации. Реклама, публичность, брендинг : учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности "Реклама и связи с общественностью" / Ф. И. Шарков. – М. : Дашков и К*, 2016. – 336 с.

25. Щеглов, А. Ю. Защита информации: основы теории : учеб. для бакалавриата и магистратуры / А. Ю. Щеглов. – М. : Юрайт, 2020. – 308 с.

26. Эдвардс, Н. М. Интерпретация коммуникативного поведения: учеб.-метод. пособие: [для студентов 4-го курса факультета международных бизнес-коммуникаций БГЭУ, а также филологических факультетов других учебных заведений] / Н. М. Эдвардс. – Минск : БГЭУ, 2019. – 149 с.

Методические рекомендации по организации и выполнению самостоятельной работы студентов

Самостоятельная работа студентов является способом охвата учебного материала по дисциплине «Профессиональные коммуникации: История и теория коммуникаций» в свободное от аудиторных занятий время. Цель самостоятельной работы студентов – усвоение содержания учебной дисциплины посредством систематического планирования и самоконтроля учебной деятельности.

При организации данного вида образовательной деятельности, студентов необходимо информировать с первых дней занятий о темах, предназначенных для самостоятельной работы, согласно учебному плану дисциплины, с последующим контролем их выполнения.

Самостоятельная работа студентов должна состоять из следующих действий, направленных на усвоение материала учебной дисциплины:

- освоение лекционного материала, изучение по учебным пособиям и учебной литературе программного материала, а также рекомендованных преподавателем источников научной информации;
- контент-анализ научных публикаций по коммуникациям в сфере культуры, составление аннотаций и реферирование;
- разработка презентаций по темам учебной дисциплины.

Самостоятельная работа студентов должна осуществляться с участием преподавателя, дающего конкретные указания и рекомендации об организации и содержании самостоятельного освоения учебного материала с последующим контролем и коррекцией полученного результата посредством тестирования, проверки выполнения заданий по УСР и рефератов.

Методика подготовки и написания рефератов

Цель подготовки реферата – дилатация знаний по учебной дисциплине, систематизация изученного материала, закрепление полученных теоретических знаний и практических навыков, развитие креативности мышления, логики, способности к научно-исследовательской деятельности, овладение навыками работы с научной информацией, ее подбору, периодизации и обработки.

Подготовка и написание реферата включает:

- выбор темы;
- ознакомление с основной литературой по избранной проблеме;
- создание логически обоснованного плана и методики написания реферата;

- поиск и исследование источников информации по выбранной проблематике;
- непосредственное написание самого реферата, содержащего лаконичные выводы и рекомендации.

Тема реферата выбирается студентом согласно тематики, предложенной преподавателем. Допускается самостоятельный выбор темы, не входящей в рекомендованный преподавателем список, если данная тема входит в проблемное поле учебной дисциплины и отвечает научным интересам студента.

Содержание реферата

1. Введение, в котором содержится обоснование актуальности выбранной темы, ее теоретико-практическое значение, указываются цель и задачи работы.
2. Основная часть, в процессе написания которой раскрываются обозначенные во введении задачи путем критического анализа изученных автором источников информации по основным проблемам избранной темы.
3. Заключение, в котором указываются теоретические выводы и практические рекомендации.
4. Список использованных источников.

Объем реферата составляет примерно 10-15 страниц машинописного текста через полтора интервала с использованием кегля Times New Roman 14 с соблюдением полей и абзацных отступов.

Реферат готовится самостоятельно, его содержание должно быть логично, научно обоснованно, содержать выводы по теме исследования и изучаемой литературы.

Реферат защищается в форме тематического выступления, доклада на семинаре и практическом занятии.

Примерный перечень заданий для управляемой самостоятельной работы

Тема 1. Введение в учебную дисциплину

4. Дайте определение понятия «коммуникация», функционирующего в следующих науках: философия, культурология, социология, политология, лингвистика, психология, социокультурный менеджмент, реклама и PR.
5. Проведите анализ данных определений с целью выявления общих и отличительных характеристик.
6. Выберите определение, которое, на Ваш взгляд, отражает специфику Вашей будущей специальности. Аргументируйте свой выбор.

Тема 2. Возникновение и развитие коммуникационной культуры общества

Заполните данную таблицу:

Положительные стороны мультимедийности как этапа современного развития коммуникационной культуры общества	Отрицательные стороны мультимедийности как этапа современного развития коммуникационной культуры общества	Обоснование
1. Быстрый доступ к информации		Технологии мультимедиа позволяют получать информацию оперативно
	2. Информационная перегрузка	Стремительный рост информационного производства. Несложность процесса дублирования информации при помощи технологий мультимедиа и оперативное размещение в пространстве Интернет
(продолжите таблицу)		

Тема 10. Функции, принципы, средства, каналы коммуникаций

Ответьте на следующие вопросы и обоснуйте свой ответ:

6. Насколько эффективным инструментом в коммуникациях являются невербальные средства?
7. В чем проявляются недостатки вербальных средств коммуникаций?
8. Какого рода просьбы или требования легче всего передать невербальными средствами, какие труднее всего, а какие из них невозможно выразить невербальными средствами?
9. Могут ли невербальные и паравербальные средства коммуникации передать эмоции?
10. Тот, кто активно использует невербальные средства, Вам приятен или нет и почему?

Тема 12. Формы смыслового взаимодействия в коммуникациях

Ответьте на следующие вопросы и аргументируйте свой ответ:

1. Протяженность межличностной дистанции в диалоге зависит от:
 - культурных традиций,
 - воспитания,
 - гендерной принадлежности;
 - политических взглядов;
 - социального статуса,
 - личностных особенностей (можно выбрать несколько вариантов ответа)
2. В каком виде диалога межличностное расстояние характеризуется большой количественной протяженностью, а в каком дистанция сокращена и почему?
3. Какие приемы и способы сокращают, а какие удлиняют межличностную дистанцию в диалоге?

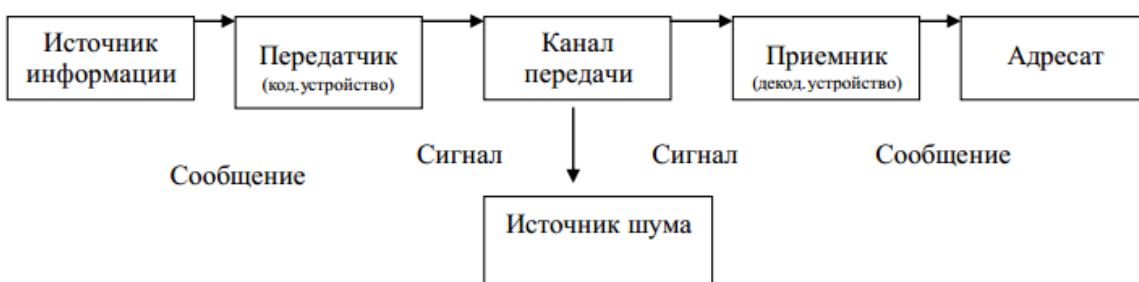
Тема 13. Модели и структурные компоненты коммуникаций

4. Произведите сравнительный анализ линейной модели массовой коммуникации Г. Лассуэлла и модели К. Шеннона и У. Уивера.
5. Определите общие элементы и особенности каждой модели.
6. В каких организациях социокультурной сферы, в какой профессиональной деятельности можно применить данные модели или одну из них? Аргументировано обоснуйте свой выбор.

Модель Г. Лассуэла

<i>Кто?</i>	Сообщает <i>что?</i>	По какому	<i>Кому?</i>	<i>С каким эффектом?</i>
Коммуникатор	Сообщение	Канал	Получатель	Эффект •
Анализ управления	Анализ содержания	Анализ средств и каналов	Анализ аудитории	Анализ результатов *

Модель К. Шеннона и У. Уивера



Тема 14. Доминанты коммуникации и их классификации

Определите стереотипы, характерные для вашей коммуникативной практики

Виды стереотипов	Содержание (как проявляются?)	Обоснование
Гендерные	1. 2. 3. (и т.д.)	
Возрастные	1. 2. 3. (и т.д.)	
Культурные	1. 2. 3. (и т.д.)	
Стереотипы коммуникации	1. 2. 3. (и т.д.)	

Стереотипы поведения	1. 2. 3. (и т.д.)	
----------------------	----------------------------	--

Тема 15. Личность как субъект коммуникативного процесса

На основании характеристик компонентов модели коммуникативной личности Д.Гавра произведите самоанализ и составьте автохарактеристику коммуникативной личности. Укажите, какие качества и практики не свойственны Вам как коммуникативной личности и обоснуйте почему.

Модель Д. Гавра

Целемотивационный Компонент	Абилитационный компонент	Ресурсно- когнитивный компонент	Операциональный компонент
<i>коммуникативное «хочу»</i>	<i>коммуникативное «могу»</i>	<i>коммуникативное «знаю»</i>	<i>коммуникативное «умею»</i>

Тема 16. Коммуникатор и аудитория

6. Приведите критерии, согласно которым выступление коммуникатора можно считать эффективным.
7. Какие методы воздействия коммуникатору необходимо применить к малознакомой аудитории?
8. Какие техники необходимо задействовать коммуникатору при негативно настроенной аудитории?
9. Назовите наиболее действенные методы воздействия для мужской и для женской аудитории.
10. Какие средства, методы, техники необходимо применить коммуникатору, если аудитория неоднородна в своей этнокультурной принадлежности?

Тема 18. Информация как основа коммуникативного процесса. Средства массовой информации

4. Составьте анкету, содержащую различные варианты (типы) вопросов, касающихся наиболее интересной тематики при чтении журналов, газет, прослушивании радио, просмотре ТВ и социальных сетей.
5. Опросите группу (или родственников) из 10 человек.

6. Оформите отчет, где необходимо указать:

- Наиболее популярные СМИ;
- Тематику полученной посредством различных СМИ информации;
- Имеет ли место манипуляция или пропаганда, и если имеет, то указать критерии, по которым Вы определили данные методы влияния с названием конкретного средства массовой информации.

ПЕРЕЧЕНЬ КОНТРОЛИРУЕМЫХ МЕРОПРИЯТИЙ ДЛЯ УЧЕТА ТЕКУЩЕЙ УСПЕВАЕМОСТИ

Тематика контролируемого мероприятия	Форма контроля
Тема 1. Введение в учебную дисциплину	Фронтальный опрос выступления с докладами и презентациями. Проверка заданий по УСР
Тема 2. Возникновение и развитие коммуникационной культуры общества	Фронтальный опрос, выступления с докладами и презентациями. Проверка заданий по УСР
Тема 3. Коммуникации в эпоху Античности	Оценка качества написания реферата, самоконтроль знаний, Выступления с докладами и презентациями
Тема 4. Коммуникационные процессы в Средние века	Оценка качества написания реферата, самоконтроль знаний, выступления с докладами и презентациями.
Тема 5. Проблематика коммуникации в эпоху Возрождения и в эпоху Просвещения	Оценка качества написания реферата, самоконтроль знаний. Выступления с докладами и презентациями.
Тема 6. Исследования коммуникационных процессов в XIX – первой трети XX века	Оценка качества написания реферата, самоконтроль знаний. Выступления с докладами и презентациями. Тест.
Тема 7. Развитие теории коммуникации в 1930-х – 1990-х гг.: основные концепции и их научное значение	Фронтальный опрос. Оценка качества написания реферата, выступления с докладами и презентациями.
Тема 8. Коммуникации как объект исследования современной науки	Фронтальный опрос. Оценка качества написания реферата, выступления с докладами и презентациями, самоконтроль знаний.
Тема 9. Типология коммуникаций	Фронтальный опрос. Выступление с докладами и презентациями, самоконтроль знаний.
Тема 10. Функции, принципы,	Проверка качества выполнения

средства, каналы коммуникаций	практических заданий, самоконтроль знаний. Тест. Оценка качества написания реферата. Проверка заданий по УСР.
Тема 11. Речевая деятельность и общение в коммуникации	Проверка качества выполнения практических заданий, самоконтроль знаний. Тест.
Тема 12. Формы смыслового взаимодействия в коммуникациях	Проверка качества выполнения практических заданий, самоконтроль знаний. Оценка качества написания реферата. Проверка заданий по УСР
Тема 13. Модели и структурные компоненты коммуникаций	Проверка качества выполнения практических заданий, самоконтроль знаний. Оценка качества написания реферата. Проверка заданий по УСР.
Тема 14. Доминанты коммуникации и их классификация	Оценка качества написания реферата, выступления с докладами и презентациями. Проверка заданий по УСР.
Тема 15. Личность как субъект коммуникативного процесса	Фронтальный опрос, самоконтроль знаний. Выступления с докладами и презентациями. Проверка заданий по УСР.
Тема 16. Коммуникатор и аудитория	Фронтальный опрос. Выступление с докладами и презентациями. Проверка заданий по УСР
Тема 17. Обратная связь и эффективность коммуникаций	Проверка качества выполнения практических заданий, самоконтроль знаний. Оценка качества написания реферата. Тест.
Тема 18. Информация как основа коммуникативного процесса. Средства массовой информации	Фронтальный опрос. Оценка качества написания реферата. Выступления с докладами и презентациями. Проверка заданий по УСР.
Тема 19. Информация как	Проверка качества выполнения

объект защиты, Информационные войны	практических заданий, самоконтроль знаний. Оценка качества написания реферата.
Тема 20. Основные аспекты межкультурной коммуникации	Оценка качества написания реферата. Выступления с докладами и презентациями. Тест.

Оценка учебных достижений студента осуществляется с использованием фонда оценочных средств и технологий учреждения высшего образования.

Фонд оценочных средств учебных достижений студента включает:

– типовые задания в различных формах (устные, письменные, тестовые и т.п.);

– учебно-исследовательские работы студента;

– иные средства диагностики в соответствии с учебной программой.

Фонд технологий контроля обучения студента включает:

– устный опрос;

– написание и защиту реферата по теме учебной программы учебной дисциплины;

– текущую аттестацию по окончании изучения учебной дисциплины с применением устной, письменной, тестовой и иных методик контроля обучения.

В качестве инструмента, используемого для определения уровня учебных достижений студента, используются критериально-ориентированные тесты, которые представляют собой совокупность тестовых заданий закрытой формы с одним или несколькими вариантами правильных ответов; заданий открытой формы с формализованным ответом; заданий на установление правильной последовательности.

Критерии оценки уровня знаний и умений студентов

10 – самостоятельное, свободное, последовательное раскрытие темы (вопроса), подкрепленное ссылками на несколько источников. Широкое владение терминологией. Собственный, аргументированный взгляд на затронутые проблемы. Предоставление тезисов. Систематизация знаний, умений, навыков в сфере профессиональных коммуникаций (своевременное выполнение всех заданий практического характера, образцовая презентация материалов по профессиональным коммуникациям). Проявление интереса к участию в коммуникационных мероприятиях образовательного и развивающего характера.

9 – свободное изложение содержания темы (вопроса), основанное на привлечение не менее трех источников, комментарии и выводы. Последовательность и четкость изложенного материала. Широкое владение терминологией. Предоставление тезисов. Систематизация знаний, умений, навыков в сфере профессиональных коммуникаций (своевременное выполнение всех заданий практического характера, образцовая презентация материалов по профессиональным коммуникациям). Проявление интереса к участию в коммуникационных мероприятиях образовательного и развивающего характера.

8 – некоторая незавершенность аргументации при изложении, которая требует уточнения теоретических позиций. Владение терминологией. Простое выполнение задач высокой сложности, систематическое обновление усвоенных знаний, умений, навыков в сфере профессиональных коммуникаций (выполнение почти всех заданий практического характера, образцовая презентация материалов по профессиональным коммуникациям).

7 – понимание сути темы (вопроса), грамотное, но недостаточно полное изложение содержания. Отсутствие собственных оценок. Использование терминологии (выполнение большей части заданий практического характера, хорошая презентация материалов по профессиональным коммуникациям).

6 – понимание сути темы (вопроса), изложение содержания не полное, требующее дополнительных пояснений. Отсутствие собственных оценок. Неточности в терминологии (выполнение половины заданий практического характера, слабая презентация материалов по профессиональным коммуникациям).

5 – поверхностная проработка темы (вопроса), неумение последовательно построить устное сообщение, не владение терминологией. Недостаточная активность в приобретении и применении знаний в сфере профессиональных коммуникаций (выполнение некоторых заданий

практического характера, слабая презентация материалов по профессиональным коммуникациям).

4 – низкий познавательный интерес к профессиональным коммуникациям, поверхностная проработка темы (вопроса), наличие некоторых погрешностей при ответе, пробелы в раскрытии содержания, не владение терминологией (выполнение меньшей части заданий практического характера, очень слабая презентация материалов по профессиональным коммуникациям).

3 и 2 – отсутствие знаний по значительной части основного учебно-программного материала. Низкий познавательный интерес к учебной дисциплине. Несознательность в освоении знаний, умений, навыков в сфере профессиональных коммуникаций и не готовность применять их на практике (не выполнение заданий практического характера).

1 балл – нет ответа/отказ от ответа (невыполнение предусмотренных заданий практического характера).

Учебное издание

ИСТОРИЯ И ТЕОРИЯ КОММУНИКАЦИЙ

*Учебная программа учреждения высшего образования
по учебной дисциплине для специальности
1-21 04 01 Культурология
направление специальности 1-21 04 01-02 Культурология (прикладная)
специализации 1-21 04 02 – Менеджмент международных культурных
связей, специализации 1-21 04 01-02 03 Менеджмент рекламы и
общественных связей*

Редактор
Технический редактор

Подписано в печать 2022. Формат 60x84 ¹/₁₆.
Бумага офисная. Ризография.
Усл. печ. л. 0,00. Уч.-изд. л. 0,00. Тираж экз. Заказ .

Издатель и полиграфическое исполнение:
учреждение образования
«Белорусский государственный университет культуры и искусств».
Свидетельство о государственной регистрации издателя, изготовителя,
распространителя печатных изданий № 1/177 от 12.02.2014.
ЛП № 02330/456 от 23.01.2014.
Ул. Рабкоровская, 17, 220007, г. Минск.

5.2 Учебно-методическая карта учебной дисциплины для дневной формы получения высшего образования

Название темы	Количество аудиторных часов			Количество часов УСР	Форма контроля знаний
	лекции	практические занятия	семинарские занятия		
Тема 1. Введение в учебную дисциплину	2		2	0,5	Фронтальный опрос, выступления с докладами и презентациями. Проверка заданий по УСР.
Тема 2. Возникновение и развитие коммуникационной культуры общества			4	0,5	Выступления с докладами и презентациями. Проверка заданий по УСР.
Тема 3. Коммуникации в эпоху Античности	2		2	0,5	Фронтальный опрос, самоконтроль знаний, Выступления с докладами и презентациями.
Тема 4. Коммуникационные процессы в Средние века			2	1	Самоконтроль знаний, выступления с докладами и презентациями,
Тема 5. Проблематика коммуникации в эпоху Возрождения и в эпоху Просвещения	2		2	1	Фронтальный опрос, самоконтроль знаний. Выступления с докладами и презентациями.
Тема 6. Исследования коммуникационных процессов в XIX – первой трети XX века			4	1	Самоконтроль знаний. Выступления с докладами и презентациями.
Тема 7. Развитие теории коммуникации в	2		2	1	Фронтальный опрос, самоконтроль знаний,

1930-х – 1990-х гг.: основные концепции и их научное значение					выступления с докладами и презентациями.
Тема 8. Коммуникации как объект исследования современной науки		2		1	Проверка качества выполнения практических заданий, самоконтроль знаний.
Тема 9. Типология коммуникаций		2		1	Проверка качества выполнения практических заданий, самоконтроль знаний
Тема 10. Функции, принципы, средства, каналы коммуникаций		2		1	Проверка качества выполнения практических заданий, самоконтроль знаний. Проверка заданий по УСР.
Тема 11. Речевая деятельность и общение в коммуникации		2		1	Проверка качества выполнения практических заданий самоконтроль знаний.
Тема 12. Формы смыслового взаимодействия в коммуникациях		2		1	Проверка качества выполнения практических заданий, самоконтроль знаний. Проверка заданий по УСР.
Тема 13. Модели и структурные компоненты коммуникаций	2	4		1	Фронтальный опрос. Проверка качества выполнения практических заданий, самоконтроль знаний. Проверка заданий по УСР.
Тема 14. Доминанты коммуникации и их классификация	2	2		1	Фронтальный опрос. Проверка качества выполнения практических заданий, самоконтроль знаний. Проверка заданий по УСР.
Тема 15. Личность как субъект		2		1	Проверка качества выполнения практических

коммуникативного процесса					заданий, самоконтроль знаний. Проверка заданий по УСР.
Тема 16. Коммуникатор и аудитория		4		0,5	Проверка качества выполнения практических заданий, самоконтроль знаний. Проверка заданий по УСР.
Тема 17. Обратная связь и эффективность коммуникаций		2		1	Проверка качества выполнения практических заданий, самоконтроль знаний.
Тема 18. Информация как основа коммуникативного процесса. Средства массовой информации	2	4		1	Фронтальный опрос. Проверка качества выполнения практических заданий, самоконтроль знаний. Проверка заданий по УСР.
Тема 19. Информация как объект защиты, Информационные войны	2	4		1	Фронтальный опрос. Проверка качества выполнения практических заданий, самоконтроль знаний.
Тема 20. Основные аспекты межкультурной коммуникации		2		1	Проверка качества выполнения практических заданий, самоконтроль знаний.
Всего	16	34	18	18	Экзамен

5.3 Учебно-методическая карта учебной дисциплины для заочной формы получения образования

Название темы	Количество аудиторных часов			Форма контроля знаний
	Лекции	Практические занятия	Семинарские занятия	
Тема 1. Введение в учебную дисциплину	2			Фронтальный опрос, самоконтроль знаний
Тема 2. Возникновение и развитие коммуникационной культуры общества			2	Самоконтроль знаний, выступления с докладами и презентациями
Тема 3. Коммуникации в эпоху Античности	2			Фронтальный опрос, самоконтроль знаний
Тема 4. Коммуникационные процессы в Средние века			2	Самоконтроль знаний, выступления с докладами и презентациями
Тема 7. Развитие теории коммуникации в 1930-х – 1990-х гг.: основные концепции и их научное значение			2	Самоконтроль знаний, выступления с докладами и презентациями
Тема 11. Речевая деятельность и общение в коммуникации		2		Проверка качества выполнения практических заданий, самоконтроль знаний.
Тема 13. Модели и структурные компоненты коммуникаций	2			Фронтальный опрос, самоконтроль знаний
Тема 17. Обратная связь и эффективность коммуникаций		2		Проверка качества выполнения практических заданий, самоконтроль знаний

Тема 18. Информация как основа коммуникативного процесса. Средства массовой информации	2			Фронтальный опрос, самоконтроль знаний
Тема 19. Информация как объект защиты. Информационные войны	2			Фронтальный опрос, самоконтроль знаний
Тема 20. Основные аспекты межкультурной коммуникации		2		Проверка качества выполнения практических заданий, самоконтроль знаний
Всего	10	6	6	Экзамен

5.4 Основная литература

1. Коноваленко, В. А. Основы интегрированных коммуникаций : учебник и практикум для академического бакалавриата / В. А. Коноваленко, М. Ю. Коноваленко, Н. Г. Швед. - Москва : Юрайт, 2021. - 485, [1] с. : табл., рис. ; 21x14 см. - Библиогр.: с. 483-484 (18 назв.), (стр. 231-389)
2. Сорокина, Э. А. Основы теории межкультурной коммуникации : учебное пособие / Э. А. Сорокина. — Москва : РУТ (МИИТ), 2019. — 251 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/175782>
3. Самарцев, О. Р. Основы теории коммуникации : учебное пособие / О. Р. Самарцев. — Ульяновск : УлГУ, 2020. — 110 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book>
4. Шарков, Ф. И. Коммуникология: основы теории коммуникации : учебник / Ф. И. Шарков. – 6-е изд., стер. – Москва : Дашков и К°, 2021. – 488 с. : ил. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=621689> – Библиогр.: с. 450-451.

5.5 Дополнительная литература

1. Закон Республики Беларусь «О защите персональных данных» [Электронный ресурс] // Национальный центр правовой информации Республики Беларусь – Режим доступа: <https://pravo.by/document/?guid=12551&p0=H12100099&p1=1&p5=0>. – Дата доступа: 28.08.2021.
2. Закон Республики Беларусь «Об информации, информатизации и защите информации» [Электронный ресурс] // Национальный центр правовой информации Республики Беларусь – Режим доступа: <https://pravo.by/document/?guid=3871&p0=h10800455> – Дата доступа: 28.08.2021.
3. Биюмена, А. А. Коммуникативное пространство Беларуси / А. А. Биюмена [и др.]. – Минск : МГЛУ, 2021. – 147 с.
4. Блюмин, А. М. Мировые информационные ресурсы : учеб. пособие / А. М. Блюмин, Н. А. Феоктистов. – 3-е изд., перераб. и доп. – М. : Дашков и К*, 2015. – 382 с.
5. Гордукалова, Г. Ф. Технологии анализа и синтеза профессиональной информации : [учеб.-практ. пособие] / Г. В. Гордукалова. – СПб. : Профессия, 2015. – 543 с.
6. Зимняя, И. А. Коммуникативная компетентность, речевая деятельность, вербальное общение / И. А. Зимняя, И. А. Мазаева, М. Д. Лаптева ; под редакцией И. А. Зимней. — Москва : Аспект Пресс, 2020. — 400 с. - Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/>
7. Коммуникационный менеджмент: факторы эффективности коммуникации, неформальные массовые коммуникации, реклама и корпоративные медиа, голос и речь как инструменты коммуникации : учеб. пособие: для бакалавров и магистров направлений подготовки 42.03.01, 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью», 42.03.02, 42.04.02 «Журналистика» / Г. Л. Акопов [и др.]. – СПб. : Питер Прогресс книга, 2020. – 300 с. : ил.
8. Кононова, Е. Е. Информационное общество: мейнстрим национальных медиасистем / Е. И. Кононова. – Минск : Издательский центр Белорусского государственного университета, 2020. – 142 с.
9. Культура речи. Научная речь : учеб. пособие для вузов / В. В. Химик [и др.] ; под ред. В. В. Химика, Л. Б. Волковой. – 2- е изд., испр. и доп. – М. : Юрайт, 2020. – 270 с.
10. Корнилов, О. А. Контексты межкультурной коммуникации : учеб. пособие / О. А. Корнилов. – М. : КДУ, 2019. – 183 с.

11. Лазаревич, А. А. Становление информационного общества: коммуникационно-эпистемологические и культурно-цивилизационные основания : [моногр.] / А. А. Лазаревич ; [науч. ред. И. Я. Левяш]. – Минск : Беларуская навука, 2015. – 536 с.

12. Межкультурная коммуникация в условиях глобализации : учеб. пособие / В. С. Глаголев [и др.] ; [ред.-сост. В. С. Глаголев]. – Изд. 2-е, перераб. и доп. – М. : Проспект, 2019. – 199 с.

13. Новиков, В. В. Технологии пропаганды: учеб.-метод. пособие / В. В. Новиков, К. Д. Герасимов. – 3-е изд., стер. – М. : Флинта : Екатеринбург, Издательство Уральского университета, 2019. – 146 с.

14. Перепелица, Е. В. Государство и общество: концептуальные основы сетевой коммуникации: [моногр.] / Е. В. Перепелица. – Минск : Право и экономика, 2021. – 303 с.

15. Петрович, М. В. Переговорный процесс: учеб. пособие для студентов учреждений высшего образования по специальности «Маркетинг» / М. В. Петрович, С. П. Мармашова. – Минск : Амалфея, 2021. – 403 с.

16. Почепцов, Г. Н. Информационные войны: [новый инструмент политики] / Г. Г. Почепцов. – М. : Алгоритм, 2015. – 254 с.

17. Профессиональные коммуникации: История и теория коммуникации [Электронный ресурс]: учеб.-метод. комплекс по учебной дисциплине для специальности 1-21 04 01 Культурология, направления специальности 1-21 04 01-02 Культурология (прикладная), специализации 1-21 04 01-02 02 Менеджмент международных культурных связей, специализации 1-21 04 01-02 03 Менеджмент рекламы и общественных связей / Белорусский государственный университет культуры и искусств, Факультет культурологии и социокультурной деятельности, Кафедра межкультурных коммуникаций; сост. А. В. Морозов. – Электрон. текст. дан. – Минск, 2018. – 104 с. : табл. – Библиогр.: с. 102-104 (25 назв.). – Режим доступа: <http://repository.buk.by/handle/123456789/18542>. – Заглавие

18. Поплавская, Т. В. Пойми меня правильно: интерпретация коммуникативного поведения: учеб. пособие / Т. В. Поплавская, Т. А. Сысоева. – М. : Флинта, 2019. – 270 с.

19. Скибицкий, Э. Г. Научные коммуникации : учеб. пособие для бакалавриата и магистратуры / Э. Г. Скибицкий, Е. Т. Китова. – 2-е изд. – М. : Юрайт, 2018. – 204 с.

20. Таратухина, Ю. В. Межкультурная коммуникация в информационном обществе : учеб. пособие / Ю. В. Таратухина, Л. А. Цыганова, Д. Э. Ткаленко. – М. : Издательский дом Высшей школы экономики, 2019. – 254 с.

21. Таратухина, Ю. В. Межкультурная коммуникация. Семиотический подход : учебник и практикум для академического бакалавриата : учеб. и практикум для студентов высших учебных заведений, обучающихся по гуманитарным направлениям / Ю. В. Таратухина, Л. А. Цыганова. – М. : Юрайт, 2019. – 197 с.

22. Филиппенко, В. В. Детерминанты творчества личности: культурологический аспект [Электронный ресурс] / В. В. Филиппенко // Вестник Полоцкого государственного университета. Серия Е. Педагогические науки. – 2013. – №15. – С. 117-120. – Режим доступа: <http://hdl.handle.net/123456789/11606>. – Дата доступа: 15.08.21.

23. Хведченя, Л. В. Социокультурное общение: учеб.-метод. пособие для студентов неязыковых специальностей учреждений высшего образования / Л. В. Хведченя, А. М. Ковальчук, Э. В. Рунцова. – Минск : БГУ, 2020. – 173 с.

24. Шарков, Ф. И. Интегрированные коммуникации. Реклама, публич-рилейшнз, брендинг : учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности "Реклама и связи с общественностью" / Ф. И. Шарков. – М. : Дашков и К*, 2016. – 336 с.

25. Щеглов, А. Ю. Защита информации: основы теории : учеб. для бакалавриата и магистратуры / А. Ю. Щеглов. – М. : Юрайт, 2020. – 308 с.

26. Эдвардс, Н. М. Интерпретация коммуникативного поведения: учеб.-метод. пособие: [для студентов 4-го курса факультета международных бизнес-коммуникаций БГЭУ, а также филологических факультетов других учебных заведений] / Н. М. Эдвардс. – Минск : БГЭУ, 2019. – 149 с.