

Министерство образования и науки РФ  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
АМУРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
(ФГБОУ ВО «АмГУ»)

## ОСНОВЫ ТЕОРИИ КОММУНИКАЦИИ

учебно-методические материалы  
для направлений подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»,  
42.03.02 «Журналистика»

Благовещенск, 2017

*Печатается по решению  
редакционно-издательского совета  
филологического факультета  
Амурского государственного  
университета*

Составители: Галимова Д.Н., Калинина Н.В.

Основы теории коммуникации: учебно-методические материалы для направлений подготовки 42.03.01, 42.03.02 – Благовещенск: Амурский гос. ун-т, 2017

# КРАТКОЕ ИЗЛОЖЕНИЕ ЛЕКЦИОННОГО МАТЕРИАЛА

## МОДУЛЬ № 1

### **Предмет и базовые аспекты теории коммуникации. Виды, уровни и формы коммуникационной деятельности**

Коммуникация – обмен информацией между взаимодействующими субъектами при помощи системы знаков, слов. Субъектами могут выступать социальные институты, индивиды, социальные группы, общественные движения, международные сообщества, географически обозначенные регионы, государства.

Теории происхождения языка. Четыре коммуникативные революции. Широкое и узкое понимание коммуникации. Пять законов коммуникации. Цели коммуникации (обмен и передача информации; формирование умений и навыков, развитие профессиональных качеств; формирование отношения к себе, к другим людям, к обществу в целом; обмен деятельностью, инновационными приемами, средствами, технологиями; изменение ценностных установок и мотивации поведения; обмен эмоциями). В соответствии с целями коммуникация реализует информационную, экспрессивную и прагматическую функции.

Теория коммуникации (коммуникативистика) как обобщающая научная дисциплина, интегрирующая в себе достижения частных наук, изучающих отдельные стороны коммуникационных процессов и отношений, и задающая для них некоторый целостный теоретико-методологический базис. Объектом теории коммуникации служит сама социальная коммуникация, понимаемая в широком смысле как процессы социального взаимодействия между людьми как объектами и субъектами социальных процессов, взятые в их информационно-знаковом аспекте. Предметом теории коммуникации выступают психологические, социальные и сопряженные с ними явления, процессы и отношения, возникающие в ходе и в результате общения между людьми и реализуемые в ходе совместного создания, воспроизведения и преобразования социальных реальностей при помощи знаковых средств.

Два основных подхода к исследованию коммуникации: механистический и деятельностный.

Цели коммуникации: обмен и передача информации; формирование умений и навыков, развитие профессиональных качеств; формирование отношения к себе, к другим людям, к обществу в целом; обмен деятельностью, инновационными приемами, средствами, технологиями; изменение ценностных установок и мотивации поведения; обмен эмоциями.

Основные функции коммуникации: 1) информационная (способность сообщать информацию о предметах, явлениях, действиях и процессах), 2) экспрессивная (выражает оценочную информацию о реалиях), 3) прагматическая (передача коммуникативной установки – просьба, приказ, информирование, сочувствие...)

Законы коммуникации: 1) должно быть не менее двух сторон -участников коммуникационного взаимодействия (источник и приемник, коммуникатор и коммуникант, оратор и слушатель и т.п.), 2) коммуникация основана на принципе обратной связи, 3) коммуникация имеет знаковый характер, 4) коммуникация возможна лишь при несовпадении (неполном совпадении) информационных потенциалов взаимодействующих систем.

Виды коммуникации (по разным основаниям): по степени репрезентативности аудитории — межличностная, внутригрупповая, массовая, публичная; по форме — устная, письменная; по каналу восприятия и передачи информации — аудитивная, визуальная, сенсорная, тактильная и др.; по способу установления и поддержания контакта — прямая (непосредственная) и опосредованная (дистантная) коммуникация; синхронная и асинхронная; по социальным параметрам — горизонтальная и вертикальная коммуникация; в зависимости от использования знаковых систем — вербальная (с помощью языка) и невербальная (с опорой на пара- и экстралингвистические компоненты: жесты, мимика, позы, походка, нормирование пространственной и временной организации общения); с точки зрения взаимоотношений участников коммуникации и коммуникативной ситуации — коммуникацию частную, публичную и официальную; с точки зрения личностных оценок при соблюдении / нарушении социального равновесия — кооперативная и конфликтная коммуникация.

## Коммуникативный процесс

Коммуникация любого типа рассматривается как процесс - непрерывное взаимодействие участников коммуникации. В ходе коммуникативных процессов люди создают представления, символы, мнения, которые могут воплощаться в образцах поведения, ценностях, нормах.

В самом общем виде коммуникативный процесс можно описать следующим образом:

отправитель (источник), цель которого заключается в том, чтобы оказать то или иное воздействие на получателя, передает определенное сообщение. Сообщение может быть закодировано с помощью вербальных (невербальных) знаков, символов, содержащих те или иные смыслы. Получателю для понимания смысла передаваемого сообщения необходимо его декодировать (декодировать). Коммуникация предполагает и обратную связь, благодаря которой отправитель убеждается, что сообщение дошло до адресата и соответствующим образом интерпретировано.

Источник коммуникации (адресант, отправитель сообщения, коммуникатор). – это лицо, или группа, или организация, формирующие сообщение. Источник является инициатором коммуникативного процесса. Наиболее важные характеристики источника - его статус, надежность и квалификация. Они оказывают наибольшее влияние и на степень доверия аудитории к информации, и на длительность воздействия информации на аудиторию.

Кодирование – это представление идеи, которую стремится донести до получателя источник в кодах или символах.

Коды – это символы или знаки, переводящие идею на язык, понятный получателю, система правил, которая осуществляет функционирование языка (слова, изображения, музыка, условные знаки и т.п.)

Цель кодирования — получатель должен воспринять смысл сообщения именно таким, какой был вложен его отправителем.

Декодирование — это процесс перевода закодированного сообщения на язык, понятный получателю. В более широком плане это: а) процесс придания определенного смысла полученным сигналам; б) процесс выявления первоначального замысла, исходной идеи отправителя, понимания смысла его сообщения.

Сообщение (Что) – осмысленная и соответствующим образом (с помощью языка или других знаковых систем) закодированная информация. Составляющие сообщения: 1) содержание сообщения – что оно, собственно, содержит мысли, аргументы, доводы, факты; 2) личность, делающая сообщение. Фактор симпатии к личности играет важную роль в коммуникации

Коммуникация может осуществляться как вербальными, так и невербальными средствами.

Получатель (адресат) – лицо или группа лиц, принимающих сообщение. Реакция получателя определяет результативность коммуникации. Когда в роли получателя выступает более чем одно лицо, его (получателя) называют аудиторией коммуникации. «массовая аудитория»: а) все потребители информации, распространяемой по каналам СМИ, — читатели газет, журналов, книг, радиослушатели, телезрители, покупатели аудио- и видеопродукции и т.д.; б) случайные объединения людей, не имеющих общих профессиональных, возрастных, политических, экономических, культурных и иных признаков и интересов.

Специализированная аудитория - множество индивидов, объединенных общими интересами, целями, системами ценностей, стилем жизни, общими социальными, профессиональными, культурными, демографическими признаками. Умение анализировать аудиторию во многом предопределяет успех коммуникации.

Обратная связь - ответная реакция получателя на сообщение источника. Она позволяет оценить результативность сообщения. Результатом может быть: изменения в знаниях; изменения в представлениях, установках, убеждениях или изменения поведения получателя информации.

Коммуникативный процесс порождает коммуникативную ситуацию – это совокупность обстоятельств, положение и обстановка, в которых совершается коммуникативный процесс.

Канал — это реальная или воображаемая линия связи (контакта), по которой движутся сообщения: аудиальные, визуальные каналы, а также искусственные (технические) – линии телефонной, телеграфной, радиосвязи, транспортные артерии и пр.

Этапы коммуникативного процесса: I этап — начало обмена информацией II этап — кодирование информации III этап — выбор и передача информации через определенный канал связи IV этап — декодирование-прием V этап — обратная связь или оценка реакции адресата

условия полной передачи информации: · сообщение должно привлечь внимание; · оно должно быть отобрано; · оно должно быть переведено; · оно должно быть хотя бы частично использовано так, как это предусматривалось отправителем.

### **Семиотика коммуникации. Формы коммуникации**

Семиотика — наука о знаках и знаковых системах, устроенных определенным образом. Знаковая система как материальный посредник служит для обмена информацией между двумя другими материальными системами. Знаковая система — множество знаков, отличающихся друг от друга по определенным признакам, которые используются при передаче сообщений (информации) по определенным правилам.

Классификация знаков предполагает их условное деление на натуральные, образные и конвенциональные.

Синтактика изучает правила построения и комбинации составления знаков. Семантика изучает смысловое содержание знаков и их комбинаций. Прагматика изучает особенности использования знаков в коммуникации, устанавливает правила действия получателя знака в контексте определенной знаковой ситуации.

Естественный язык является наиболее сложной и развитой знаковой системой. Язык — это система знаков, единицы которой и отношения между ними образуют иерархически упорядоченную структуру.

Одним из основных средств коммуникации является *речь* как реализация системы языка, когда для языковых сообщений используется прежде всего вокально-слуховой канал. Речь — это конкретная деятельность, выражающаяся в звуковой или в письменной форме. Речь — результат деятельности (текст, статья, выступление).

Коммуникативная ситуация — это динамическая совокупность всех обстоятельств, в которых протекает общение: место и время встречи, наличие предварительной договоренности или ситуация неожиданная, прилюдная или конфиденциальная, легальная или конспиративная; срок, степень и характер знакомства ее участников, социальная и/или возрастная дистанция между ними и др.

Этапы реализации речевого действия: подготовка высказывания, структурирование высказывания, переход к внешней речи, восприятие речи, понимание, обратная связь.

Виды речи: внешняя речь и внутренняя (чтение про себя, припоминание).

Устноречевая коммуникация предполагает такие формы, как монолог, диалог и полилог.

Основные разновидности диалогической коммуникации: бытовой разговор, деловая беседа, собеседование, интервью, переговоры, спор. Виды устноречевой коммуникации — говорение и слушание. Умение слушать — одно из основных умений в речевой коммуникации; оно является одним из критериев коммуникативности.

Письменноречевая коммуникация. Характеристики и жанры письменной речи. Чтение — рецептивный вид речевой коммуникации, который опирается на зрительное восприятие речевого сообщения, а не на слуховое. Способы, или виды, чтения: 1) ознакомительное, оценочное чтение, 2) просмотровое, или поисковое, чтение, 3) чтение с общим охватом содержания, 4) изучающее чтение.

Невербальная (неречевая) коммуникация строится на невербальных аспектах человеческого поведения в ситуации коммуникативного взаимодействия. Основные каналы невербальной коммуникации — акустический, оптический, тактильно-кинестезический, ольфакторный. Паралингвистика — наука о звуковых кодах невербальной коммуникации. Кинесика — наука о жестах, жестовых движениях и мимике. Окулесика — наука о языке глаз и визуальном поведении людей во время общения. Такесика, или гаптика, — наука о языке касаний и тактильной коммуникации. Проксемика — наука о пространстве коммуникации, его структуре и функциях. Молчание относят к средствам невербального общения. Коммуникативно-значимое молчание (функции: контактная, дисконтактная, эмотивная, информативная, стратегическая, риторическая, оценочная, опциональная).

### **Коммуникативные стратегии и тактики**

Коммуникативная стратегия — совокупность реализуемых в коммуникативном акте ходов, запланированных говорящим заранее и направленных на достижение коммуникативной цели. Коммуникативная цель — стратегический результат, на который направлен коммуникативный

акт. Коммуникативная тактика — совокупность практических ходов в реальном процессе речевого взаимодействия, она соотносится с набором коммуникативных намерений (задач).

Речевые стратегии (специфические способы речевого поведения) определяют семантический, стилистический и прагматический выбор говорящего. Общие и частные стратегии (О.С.Иссерс). Параметры, определяющие выбор речевой тактики и коммуникативных ходов на этапе планирования: общие знания о коммуникативной ситуации (уместность / неуместность определенного речевого акта); знание о соответствующем речевом акте (ритуальный, стереотипный, нестереотипный, вообще не имеющий прецедента в индивидуальном опыте); знания о собеседнике (как личности, как партнере).

С функциональной точки зрения выделяют основные (семантические, когнитивные) и вспомогательные стратегии (прагматические, диалоговые и риторические). Императивная стратегия предполагает кратковременное подчинение адресата. Манипулятивная стратегия реализуется с помощью приемов подсознательного стимулирования, маскировочных техник, выстраиванием новой модели мира. Развивающая стратегия основана на диалоге коммуникантов и их обоюдной открытости.

Речевые стратегии выявляются на основе анализа хода диалогового взаимодействия на протяжении всего разговора. Мельчайшая единица исследования — диалоговый “шаг” — фрагмент диалога, характеризующийся смысловой исчерпанностью. Число таких “шагов” в диалоге может быть различным в зависимости от темы, отношений между участниками общения и от всех прагматических факторов.

Стратегию определяет макроинтенция одного (или всех) участника диалога, обусловленная социальными и психологическими ситуациями.

Кооперативные стратегии - разные типы информативных и интерпретативных диалогов; например, сообщение информации (инициатор—активный участник диалога); выяснение истинного положения вещей (спор, обмен мнениями по какому-либо вопросу; активны все участники); диалоги с ожиданием ответной реплики инициатором диалога и “диалоги”, исключающие ответные реплики (к первому разряду относятся просьба, совет, убеждение, увещания; ко второму — требование, приказ, рекомендация).

Некооперативные стратегии - диалоги, в основе которых лежит нарушение правил речевого общения — доброжелательного сотрудничества, искренности, соблюдения “кодекса” доверия, например: конфликты, ссоры, перебранки, претензии, угрозы, проявление агрессии, злобы, ирония, лукавство, ложь, уклонение от ответа.

Тактика речевого общения - совокупность приемов ведения беседы и линии поведения на определенном этапе в рамках отдельного разговора, включает конкретные приемы привлечения внимания, установления и поддержания контакта с партнером и воздействия на него, убеждение или переубеждение адресата, приведение его в определенное эмоциональное состояние и т. д. Речевые тактики выполняют функцию способов осуществления стратегии речи: они формируют части диалога, группируя и чередуя модальные оттенки разговора (оценки, мнения, досаду, радость и т. п.).

### **Межличностная коммуникация**

Межличностная коммуникация – это процесс обмена сообщениями и их интерпретация двумя или несколькими индивидами, вступившими в контакт друг с другом.

Особенности межличностной коммуникации: неотвратимость и неизбежность межличностной коммуникации, непосредственная обратная связь, многоканальность.

Коммуникативная компетентность: способность прогнозировать коммуникативную ситуацию, ориентироваться в ней; умение найти адекватную теме общения форму выражения мыслей; способность анализировать своё психологическое состояние и состояние своего партнера; умение преодолевать психологические барьеры в общении, эмоционально настраиваться на ситуацию, распределять свои усилия в общении.

Условия, обеспечивающие эффективность межличностной коммуникации. Барьеры восприятия в межличностной коммуникации.

Коммуникативная личность. Факторы, предопределяющие формирование и развитие личности (биологические, социальные, культурные). Модель развития личности «от незрелости к зрелости» К. Арджириса. Уровни коммуникации по Шейну. Окна Джогари.

Аксиомы межличностной коммуникации (невозможность отсутствия коммуникации; наличие уровня содержания и уровня отношения, пунктуация последовательности событий, симметрическое и комплементарное взаимодействие, намеренность и ненамеренность, эффективность и неэффективность коммуникации).

Способы структурирования времени Э.Берна (замкнутость, ритуалы, времяпрепровождение, совместная деятельность, игры, близость). Социально-ролевой, деловой и интимно-личностный уровни межличностного общения.

Правила и базовые ожидания в межличностном общении. 1. Ситуационная уместность. 2. Уважительное отношение друг к другу. 3. Способность передавать свои сообщения доступным для понимания. 4. Взаимность. Ритуальные правила - регулярные, повторяющиеся, четко обозначенные, имеющие устойчивую последовательность действия людей, создающие возможность совместного коллективного существования, прогнозируемости социальных событий.

Особенности межличностного восприятия: принцип избирательности, принцип целостности, принцип константности (устойчивости). Влияние самооценки. Проецирование. Эффект ореола. Стереотипизация.

Коммуникативные стили: доминирование, манипуляция, соперничество, партнерство, сотрудничество. Децентрация. Эмпатия. Функции невербальной коммуникации в межличностном общении.

### **Коммуникации в малых группах**

Малой группой называют небольшое количество людей, хорошо знающих друг друга и взаимодействующих между собой.

Признаки малой группы: 1. Контактность - возможность каждого члена группы регулярно общаться друг с другом, обмениваться информацией; 2- общепризнанные для членов цели, интересы и задачи; 3. стабильность состава каждый член группы чувствует индивидуальную неповторимость и незаменимость любого другого члена группы; 4. Наличие внутренней структуры, включающей систему неформальных ролей и статусов, норм и правил поведения, а также механизм социального контроля.

Тремя основными факторами грамматики внутригрупповой коммуникации являются роли, нормы и лидерство. Роли подобны грамматическим функциям, это способ поведения, который считается подходящим для конкретной ситуации (группы ситуаций); сценарий поведения. Роли проявляются в процессе коммуникации. Виды ролей (возрастные, половые, социальные). Роли функциональные и дисфункциональные. Групповые нормы - правила, которые выработаны группой и которым должно подчиняться поведение ее членов. Групповые санкции - механизмы, посредством которых группа возвращает своего члена на путь соблюдения норм. Структура власти в малой группе - это психологическое распределение отношений руководства и подчинения.

Феномен лидерства. Лидеры мнений - люди, способные оказывать влияние на мнение собеседников. Обычные лидеры, мега-лидеры, лидеры мнений, социальные лидеры.

Система «групповых ожиданий». Удовлетворение личных запросов через принадлежность к группе.

Типологизации малых групп. Группы первичные и вторичные. Формальные и неформальные группы. Референтные группы и группы членства. Виртуальные группы.

По специфике распространения информации: пирамидальная группа, случайная группа, открытая группа, группа синхронного типа.

По характеру и формам организации деятельности: случайно организованная группа, ассоциация, корпорация, коллектив, команда.

Распределение ролей в группе.

Коммуникативные процессы в становлении группы (Б.Такман): стадия формирования (выделение лидера, постановка задач, правил общения), стадия протеста (конфликт индивидов и подгрупп, неприятие лидера и установок), стадия нормоустановления (появление стабильной структуры группы, ее норм, взаимная притирка членов), стадия сотрудничества (преодоление межличностных трений, решение общих задач).

Структура коммуникаций в группе (сети): централизованная, фронтальная, радиальная, иерархическая; децентрализованные (цепочка, круг, сложный круг).

Групповая динамика: групповое давление, групповая сплоченность, принятие группового решения. Этапы процесса принятия группового решения.

### **Массовая коммуникация**

Массовая коммуникация – процесс распространения информации (знаний, духовных ценностей, моральных и правовых норм и т.п.) с помощью технических средств (пресса, радио, телевидение и др.) на численно большие, рассредоточенные аудитории. Средства массовой коммуникации (СМК) – специальные каналы и передатчики, благодаря которым происходит распространение информационных сообщений на большие территории.

Особенности массовой коммуникации: средства массовой коммуникации направляют информацию в безадресную аудиторию (в массу), в которой нельзя выделить отдельные единицы; средства массовой коммуникации, как правило, не создают режим интерактивной коммуникации коммуникатора со своим адресатом – массовой аудиторией; любая информация, направляемая адресату через средства массовой коммуникации, всегда превращается в массовую; обратная связь в массовых коммуникациях между отправителем информации и всей массовой аудиторией не проявляется в явной форме.

Массовая аудитория: статичная, непостоянная, разнородная, ситуативная.

Функции массовой коммуникации: базовые (воздействие и взаимодействие) + функция личностной идентификации, информационная, развлекательная, культурологическая, аксиологическая, нормативная, релаксационная, интегративная, фоновая.

Теории массовой коммуникации: Теория магической пули (модель Гарольда Ласуэлла - Модель «волшебной пули»), теория массового общества, теория пропаганды, теория формирования общественного мнения, теория социальной ответственности СМИ, теория ограниченного/селективного влияния СМИ, теория двухступенчатого распространения информации, концепция «спирали молчания» Ноэль-Нойман, теория информационного дефицита.

### **Межкультурные коммуникации**

1954 г. - работа американских ученых Э. Холла и Д. Трагера «Культура как коммуникация», впервые использовавших термин «межкультурная коммуникация».

Культура — опыт, накопленный людьми в области науки, образования, в технике, в искусстве, в религиозной сфере. Материальная культура включает физические объекты, созданные руками человека (их называют *артефактами*): книга, храм, украшение, компьютер и т. п. Нематериальную, или духовную, культуру образуют правила, эталоны, модели и нормы поведения, законы, нравственные и духовные ценности, ритуалы, символы, мифы, обычаи, язык. Культура выражает высокий уровень качественного развития духовных достижений. Нематериальные объекты поддерживаются человеческим общением.

Межкультурная коммуникация – связь между представителями различных национальных культур, при которой становится возможной не только адекватное взаимопонимание участников коммуникативного акта. Установление связи предусматривает восприятие их видения действительности, признание ценностей партнеров, понимание их картины мира. Язык выступает как форма культурного поведения.

Межкультурная коммуникация может осуществляться на разных уровнях: межличностном уровне, в малых и больших группах.

На межличностном уровне представителям разных культур приходится преодолевать как языковые барьеры, так и барьеры, отражающие этнонациональную и социокультурную специфику восприятия мира.

Основные формы освоения культуры — социализация и инкультурация. Потребность в культуре имеет в качестве результата социальные навыки и умения. Социализация – процесс усвоения культурных норм и освоения социальных ролей. Стадии социализации: дотрудовая, трудовая, послетрудовая. Инкультурация – обучение человека традициям и нормам поведения в конкретной культуре. Адаптация — процесс физического, психофизического и социального приспособления к среде. Социализация — вращение в общество, становление личности. Инкультурация — сращивание с родной культурой, становление человека воспитанного. Конечный результат инкультурации — интеллигентность. Аккультурация как форма межкультурной коммуникации предполагает стремление сохранить свою культурную идентичность при включении в чужую культуру. Динамика культуры – культурные изменения, происходящие под воздействием внутренних и внешних



причин: инновации (нововведения), обращение к культурному наследию, заимствования, культурная диффузия.

### **Коммуникация в различных сферах социальной жизни**

Педагогическая коммуникация. Правовая коммуникация. Интернет-коммуникация.

Публичная коммуникация. Жанры публичной коммуникации. Устная публичная учебная коммуникация. Устная деловая публичная коммуникация. Устная публицистическая коммуникация.

Политическая коммуникация. Понятие политической коммуникации. Структура, средства и модели политической коммуникации. Коммуникации органов власти. Источники и способы разрешения конфликтов и информационных споров «СМИ – власть». Программы формирования и продвижения персонального имиджа высшего должностного лица. Разработка политической кампании. Антипропаганда и контрпропаганда. Партийное строительство и политические проекты, их реализация в коммуникативном процессе. Информационные кампании в избирательном процессе. Электоральные и депутатские коммуникации.

Коммуникации в организациях – информационное взаимодействие, в которое коммуниканты вступают при выполнении своих должностных обязанностей, по совокупности каналов общения. Организация представляет собой группу людей, которые координируют свою деятельность для достижения общей цели. Организационную структуру можно рассматривать как формальную сеть для сбора, передачи и обработки информации, обеспечивающую необходимый уровень эффективности.

Коммуникативная компетентность основывается на знаниях, умениях и навыках, включающих функции общения и особенности коммуникативного процесса, виды общения и его основные характеристики, вербальные и невербальные средства общения, специфику взаимодействия с партнерами, формы и методы делового взаимодействия, технологии и приемы влияния на людей, самопрезентацию и стратегии успеха. Виды коммуникации в организациях: вертикальная, горизонтальная.

Регламентированность деловой коммуникации. Соблюдение делового этикета.

Коммуникация в сфере связей с общественностью. Связи с общественностью - понимается как управленческая деятельность, нацеленная на установление взаимовыгодных отношений между государственными или частными структурами и общественностью, от этой деятельности зависит успех функционирования этих структур. Специалисты по СО устанавливают и поддерживают отношения между организацией и общественностью. Направлениями деятельности: 1. Проведение коммуникативных компаний. Создание репутации политику, бизнесмену, лидеру, коммерческому предприятию. 2. Написание речей. 3. Осуществление коммуникаций в кризисных ситуациях. 4. Взаимоотношения со СМИ.

Каналы поступления информации в масс-медиа, используемые в СО. Ведение информационных баз данных. Виды документов в связях с общественностью (пресс-релиз, пресс-кит и т.д.). PR-коммуникации в культурных учреждениях: музеях, библиотеках, картинных галереях. Шоу-бизнес и организация фестивалей. Коммуникации в кризисных и конфликтных ситуациях. Особенности рекламной коммуникации в коммерческой деятельности. Стихийные процессы передачи информации. Слухи и борьба с ними. Информационная война, дезинформация, клевета. «Черный» PR и грязные информационные технологии, борьба с ними.

Реклама как вид социальной коммуникации. Рекламная коммуникация как система идеологического воздействия. Виды рекламы. Слухи как рекламоносители.

Коммуникация в сфере журналистики. Всероссийские средства массовой информации. Межрегиональные и региональные СМИ. Традиционные и инновационные СМИ. Инфраструктура СМИ: информационные агентства и службы, рекламные агентства и службы, агентства и службы связей с общественностью (PR), специальные технические службы, специальные образовательные институты. Система жанров журналистики.

## МОДУЛЬ № 2

### Теория коммуникации в системе научного знания: развитие и современное состояние

Коммуникативная проблематика в истории социально-философской мысли. В рамках философии зарождаются логика, риторика, этика, политика, герменевтика, имеющие самое прямое отношение к проблемам коммуникации. Философская традиция изучения коммуникации в XX в. еще более многообразна. Проблемы человеческой коммуникации рассматриваются в рамках таких философских направлений, как экзистенциализм, персонализм, аналитическая и лингвистическая философия, диалогическая философия и др.

Направления исследований коммуникации в XX-XXI в. Современные концепции коммуникации базируются на двух больших подходах: первый – это различные варианты технократического характера, второй – разнообразные варианты интеракционизма, развивающие принципы и идеи Т.Ньюкомба и символического интеракционизма. Теория коммуникации в современной системе научных знаний представлена как наука комплексная, интегрирующая знания о коммуникационных процессах в природе и обществе. Предметное поле коммуникативистики. Центральные проблемы: объяснение коммуникативной природы социальной реальности; определение механизма коммуникативных связей, коммуникативного взаимодействия в различных коммуникативных системах, структурах и процессах; уяснение сущности «коммуникативных систем», механизма и закономерностей их самоорганизации, упорядочения и эволюции; проблема структурирования коммуникативных систем в обществе; определение места и роли коммуникации в обществе; определение и характеристика основных этапов развития коммуникаций; концептуальные подходы, основные теории и модели коммуникаций; формы, уровни и виды коммуникаций и др.

Роль философии, психологии, социологии, лингвистики, семиотики и других наук. Социологические, психологические модели коммуникации. «Двухступенчатая модель коммуникации» Э. Каца и П. Лазарфельда. Диффузная теория Э. Роджерса и др.

### Коммуникация и общество

Коммуникация как фактор развития общества. Информация и коммуникация как научные понятия. Основные значения понятия коммуникация. В психологической и социологической литературе общение и коммуникация рассматриваются как пересекающиеся, но несинонимические понятия. Общение и коммуникация имеют как общие, так и отличительные признаки. Суть коммуникации - не столько обмен чем бы то ни было, сколько вовлечение другого в сферу своих взаимодействий с миром с целью оказать на этого человека ориентирующее воздействие, т. е. изменить в той или иной степени состояние среды, в которой находится «адресат», таким образом, чтобы это изменение вызвало со стороны «адресата» ту или иную поведенческую реакцию. Основные вехи, закономерности эволюции социальной коммуникации и коммуникационные революции. Коммуникационные революции – качественные скачки в изменении технических способов производства и передачи информации, а также социальных условий ее распространения и потребления.

### Методы исследования коммуникации

Общенаучные принципы изучения социальной коммуникации. Методы теории коммуникации, используемые при исследовании коммуникативных процессов, могут быть общенаучными и частнонаучными. Общенаучные методы исследования: метод сравнения, системный подход, сравнительно-исторический метод и др. Частнонаучные методы: коммуникативно-интерпретативный метод, контент-анализ, интент-анализ и др. Виды анализа с помощью методов статистики. Социологические методы сбора информации о функционировании коммуникации. Социологический метод как совокупность приемов исследования (опросы, анкетирование, эксперименты и др.), направленных на сбор и анализ данных, отражающих реальное состояние коммуникативных процессов в обществе.

### Массовая коммуникация: базовые характеристики

Массовая коммуникация как важнейший вид социальной коммуникации. Масса, массовое сознание, массовое общество, массовая коммуникация. Конец XIX – начало XX века и возникновение учений о массах и психологии масс. Марксистские и немарксистские (Г. Лебон, Г. Тард и др.) взгляды на массы. Развитие концепций о массах и их месте в культурно-коммуникативных процессах учеными середины и конца XX века (А. Модем, Т. Адорно, М. Хорнхаймером, С. Московичи).

чи, Ю. Хабермасом) Признаки аудитории массовой коммуникации: социальная неоднородность, рассредоточенность в пространственно-временном отношении и потенциальная неограниченность, анонимность для коммуникатора. Массовая коммуникация и её определение. Коммуникация массовая — это один из видов социальной коммуникации, который подразумевает распространение информации на массовую аудиторию в широком пространственно-временном диапазоне. Характеристики массовой коммуникации. Структурные элементы массовой коммуникации как системы: реальность-общество, отправитель-коммуникатор, сообщение-текст, канал-средство, получатель-массовое общество, эффект-цель. Основные виды массовой коммуникации: реклама, политическая коммуникация, связи с общественностью, журналистика. Социальные функции массовой коммуникации: информационная функция, социализирующая функция, организационно-поведенческая функция; коммуникационная и др.

### **Основные подходы к массовой коммуникации**

Предпосылки возникновения теории массовой коммуникации. Бурное развитие средств массовой коммуникации в XX в. и становление коммуникативистики. Теории массовой коммуникации:

- нормативные (философские): как масс-медиа должны функционировать для воспроизводства и сохранения общественных ценностей;
- общественно-научные теории о природе и об эффектах МК: (теории массового общества и пропаганды, включая теорию пули; теории эффектов коммуникации, включая теории лидеров мнения, изменения установок и селективных процессов);
- функциональные теории: теории, описывающие смысл деятельности медиа (их целей, традиций, форм профессиональной практики, норм поведения и пр.): теории диффузии инноваций, элитарного плюрализма, теории социального научения, теории активной аудитории.

Массовая коммуникация в контексте теорий информационного общества.

### **Теории взаимодействия средств массовой коммуникации с аудиторией**

Аудитория как объект воздействия и как источник информации. Аудиторные показатели эффективности деятельности массовых коммуникаций: внутренние (мировоззренческие) и внешние (коннативные). Методы информационного воздействия на массовое сознание (агитация, пропаганда, контрпропаганда). Факторы, способствующие эффективному воздействию массовой коммуникации на аудиторию (социально-психологические, информационные, коммуникативные).

Теория неограниченного влияния СМК на аудиторию. Теории «магической пули», научной пропаганды Г. Лассуэлла, формирования общественного мнения У. Липпманна. Теория ограниченного влияния СМК. Исследования П. Лазарсфельда. Теория активной аудитории. Модель массовой самокоммуникации (М. Кастельс) – модель коммуникации «аудитория-аудитория». Новые форматы взаимодействия СМК и аудитории. Интерактивные каналы коммуникации и повышение активности аудитории. «Гражданские журналисты», блогеры в современной медиакоммуникации.

### **Теоретические аспекты коммуникации в XXI веке: интернет-коммуникация**

Качественно новая ситуация в системе массовой коммуникации сложилась в связи с глобализацией и универсализацией коммуникационного пространства на основе компьютерных систем и сетей. Такое пространство сочетает в себе элементы массовой, групповой и интерперсональной коммуникации, отдельные виды средств передачи информации (видео-, аудио- и печатные средства и носители информации), создают возможность для немедленной обратной связи, превращая однонаправленную коммуникацию в подобие непосредственного диалога. Коммуникации в цифровую эпоху: от массовой коммуникации к индивидуально-массовой (самокоммуникации).

Конвергенция и новые подходы к формированию теоретических концепций медиаиндустрии. Технологические предпосылки развития коммуникационных глобальных сетей. Переход от средств массовой коммуникации к концепции средств массовой коллаборации. Интернет-коммуникация как новый объект теории коммуникации. Понятие коммуникации в интернете. Интернет и веб в структуре интернет-коммуникации. Интернет как новейший канал и среда социальной коммуникации. Принципы организации и уровни коммуникации. Техническая эволюция веб и формирование его актуальных характеристик. Интерактивность как определяющая коммуникационная характеристика коммуникации в Сети. Типология интернет-коммуникации. Основания классификации интернет-коммуникации. Технологические характеристики как основа типизации. Типология интернет-коммуникации: по аудитории (внутренняя, внешняя), целям и задачам (имиджево-

презентационная, лоббистская), авторству (персональная, мультиперсонная), характеру институализации (официальная, неофициальная), коду (конструктивная, деструктивная), масштабу коммуникации (национальная, интернациональная), по уровню коммуникации (индивидуальная, групповая, массовая), вектору навигации (горизонтальная, вертикальная), функции (навигационная, конечная). Характеристики интернет-коммуникации. Форматы реализации виртуальности. Эффект присутствия. Понятие «виртуальная личность». Виртуальная реальность и искусственная реальность в интернете. Виртуальная реальность в интернете и новые практики социальной коммуникации. Массовость и глокальность коммуникации. Коммуникация в социальных сетях.

### **Коммуникативные кампании**

Коммуникационная кампания — это комплекс мероприятий, целью которых является создание и поддержание общественного мнения об организации. Организация и проведение коммуникационных кампаний - одна из составных частей всей стратегии развития организации. Этапы коммуникационной кампании: 1. определение проблемы; 2. планирование и программирование; 3. действие и коммуникация; 4. оценка программы.

Коммуникационная стратегия как основа организации и проведения коммуникационных кампаний. Составляющие коммуникационной стратегии, формирующие внешний имидж организации: маркетинговая, креативная и медиастратегия. Модели коммуникативных кампаний. Роль аудитории в планировании кампании. Коммуникативные кампании для различных сегментов общества. Коммуникативные кампании в разных профессиональных сферах. Коммуникативные кампании в разные исторические периоды. Понятие интернет-кампании. Типология интернет-кампаний. Рекламные кампании в интернете.

# ВОПРОСЫ И ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ

## МОДУЛЬ № 1

### Теория коммуникации как наука и учебная дисциплина

1. Определение коммуникации. Общие и отличительные признаки биологической и социальной коммуникации
2. Основные законы коммуникации
3. Коммуникативные революции

**Задание:** Составьте собственный «архив» дефиниций термина «коммуникация», обращая внимание на то, какой науке принадлежит то или иное определение и в рамках какого подхода оно дано.

### Коммуникационный процесс

1. Определение коммуникационного (коммуникативного) процесса
2. Коммуниканты. Требования, предъявляемые к отправителю и получателю сообщения.
3. Кодирование и декодирование информации.
4. Требования к выбору кода и канала
5. Значение обратной связи в коммуникации.
6. Виды коммуникативных барьеров

**Задание:** Назовите и кратко охарактеризуйте составляющие процесса коммуникации в ситуации передачи информации через газету или в ситуации передачи информации через рекламный ролик или плакат. Перечислите цели коммуникации, охарактеризуйте интерактивную, перцептивную и коммуникативную стороны общения в описываемой ситуации. Определите, что может снизить эффективность коммуникации, интеракции, перцепции, а что, напротив, повысить её? Всю информацию изложите письменно, подготовьте как краткое (на 3-4 минуты) сообщение.

### Коммуникативные стратегии и тактики

1. Понятие коммуниктивной стратегии и коммуникативной тактики
2. Принципы коммуникации Г.Грайса, Дж.Лича.
3. Речевые стратегии и тактики в СМИ

**Задание:** Проанализируйте научные публикации, посвященные коммуникативным стратегиям и тактикам в СМИ. Составьте классификацию используемых журналистами стратегий и соответствующих им тактик. Укажите текстовые примеры использования конкретных тактик.

### Вербальная коммуникация

1. Специфика слушания как вида устноречевой коммуникации
2. Специфика говорения как вида устноречевой коммуникации
3. Специфика чтения как вида письменноречевой коммуникации
4. Специфика письма как вида письменноречевой коммуникации
5. Отличия активного слушания от пассивного

**Задание:** Речевая коммуникация находит свое отражение в идиоматике русского языка (фразеологизмы, пословицы и поговорки), где представлено более 500 единиц, содержащих информацию о самом процессе коммуникации, о речевых жанрах, о возможном результате речевого взаимодействия и воздействия. Отраженное в идиоматике отношение языкового коллектива к речевой деятельности, по мнению И. В. Балашовой, является противоречивым. Согласны ли вы с такой точкой зрения? Проанализируйте следующие пословицы, поговорки и фразеологизмы и определите, какие из них:

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

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

### Невербальная коммуникация

1. Роль взгляда в невербальной коммуникации
2. Жестовое сопровождение коммуникации
3. Такесические средства общения
4. Паралингвистические особенности невербальной коммуникации
5. Значение коммуникативного пространства для невербальной коммуникации
6. Особенности невербальных сигналов у людей, представляющих разные культуры

#### Задания:

1. Проанализируйте знаковую функцию одежды на примере следующих единиц: шорты, мини-юбка, вечернее платье, кроссовки, пиджак, спортивный костюм, галстук, пионерский галстук.
2. В течение недели наблюдайте за невербальным поведением людей в межличностной и массовой коммуникации. Составьте таблицу невербальных сигналов, наиболее часто используемых людьми:

Ситуация общения	Невербальный сигнал	Смысл, передаваемый невербальным сигналом

### Виды коммуникации

1. Понятие межличностной коммуникации
2. Речевое и неречевое поведение в межличностном взаимодействии. Чувства и эмоции как коммуникативные действия.
3. Понятие, виды и функции коммуникации в малой группе.
4. Структура и динамика коммуникации в малой группе.
5. Понятие массовой коммуникации.
6. Структура и функции массовой коммуникации.
7. Эффективность массовой коммуникации

#### Задания:

1. Приводя примеры конкретных ситуаций межличностной коммуникации, покажите действие аксиом коммуникации, предложенных Полом Вацлавиком.
2. На примере ситуаций межличностного общения студента и преподавателя объясните, как должны учитываться максимы речевого поведения, предложенные Гербертом Грайсом.
3. Вы получили должность редактора не крупного периодического издания. Ваш коллектив отличается слабой сплоченностью. Что вы станете делать в этой ситуации? Запишите конкретные действия.
4. Найдите в электронных СМИ информацию, которую можно интерпретировать многозначно, и расскажите, какой смысл вы вложили в это сообщение. Какие смыслы, на ваш взгляд, можно еще увидеть?

### Межличностная коммуникация

1. Максимы речевого поведения Г.Грайса
2. Коммуникативный стиль. Классификации А.Адлера, В.Сатир.
3. Стратегии межличностного взаимодействия: доминирование, манипуляция, соперничество, партнерство, содружество.
4. Механизмы взаимопонимания: децентрация, эмпатия, компетентность. Атракция как вариант взаимодействия.

5. Межличностное пространство. Сценарии и механизмы взаимодействия
6. Социальные ритуалы в межличностном общении.
7. Классификация коммуникантов и стили общения по Э.Берну

#### **Задания:**

1. Приводя примеры конкретных ситуаций межличностной коммуникации, покажите действие аксиом коммуникации, предложенных Полом Вацлавиком.
2. На примере ситуаций межличностного общения студента и преподавателя объясните, как должны учитываться максимумы речевого поведения, предложенные Гербертом Грайсом.
3. Решите ситуации
  - 1 ситуация: Преподаватель говорит студентам: «Завтра вы должны явиться в 8.00 на кафедру. Мы с вами подготовим аудитории для проведения студенческой конференции, и дежурные займут свои посты у входа в аудитории». Нарисуйте транзакционный стимул (по Э. Берну). Какие могут быть варианты реакций? Приведите примеры и изобразите их в виде схем (транзакционные стимулы) – 2-3 варианта
  - 2 ситуация: Вы не готовы к семинарскому занятию по предмету «Основы теории коммуникации». Как будут звучать ваши оправдательные реплики с позиции Взрослого, Ребенка, Родителя? Как могут выглядеть ответы преподавателя с различных позиций? Пропишите примеры и нарисуйте транзакционные стимулы.

### **Коммуникация в малых группах**

1. Понятие, виды и функции коммуникации в малой группе.
2. Фазы развития малой группы
3. Структура и динамика коммуникации в малой группе
4. Условия сплоченности малой группы
5. Референтные группы

#### **Задания:**

1. Вы получили должность редактора не крупного периодического издания. Ваш коллектив отличается слабой сплоченностью. Что вы станете делать в этой ситуации? Запишите конкретные действия.

Вариант задания:

Директор кафе прочитал книгу жалоб и предложений и выяснил следующее:

- посетителей устраивает ассортимент;
- посетители довольны качеством приготовленной пищи;
- им нравится качество обслуживания и вежливость персонала;
- тем не менее посетители не хотели бы прийти в это кафе еще раз в связи с тем, что персонал кафе плохо относится друг к другу, работники грубо разговаривают между собой, и у посетителей создается впечатление, что персонал кафе не любит свою работу, свою организацию.

Какие действия должен предпринять директор заведения для сплочения коллектива, становления благоприятной психологической атмосферы?

2. Распределитесь на группы для выполнения задания (вам необходимо сделать презентацию о видах малых групп). После выполнения коллективного задания выполните индивидуальную работу: проанализируйте работу вашей группы по следующим этапам:

1. этап сбора данных (в чём заключался, кто проявлял инициативу, сопровождалась ли высказывания оценкой)
2. этап оценки – насколько корректно члены группы высказывают свои мнения о полученной информации, насколько объективно
3. мозговой штурм – насколько соблюдаются требования не игнорировать и не критиковать чужие предложения, насколько проявляются изобретательность, воображение.
4. этап принятия решения - как происходит принятие решения: проводится ли объективный анализ достоинств и недостатков, осуществляется ли объединение нескольких предложений в одно.
5. как осуществляется коммуникация в группе – лидеры, исполнители, пассивные участники. Каковы, на ваш взгляд, достоинства и недостатки принятого группой решения?

Запишите свои наблюдения: что помогало и что мешало работе группы при выработке общегруппового решения? Какие существуют основные преимущества и недостатки коллективной работы по сравнению с индивидуальной? Подумайте, что могло бы улучшить коллективное решение производственных проблем на рабочих местах?

### **Массовая коммуникация**

1. Понятие массовой коммуникации
2. Структура и функции массовой коммуникации
3. Эффективность массовой коммуникации

#### **Задания:**

1. Проанализируйте, чему в основном посвящено время новостных и развлекательных передач центральных ТВ-каналов и как это отражается на представлениях потребителей информации о мире.

Вариант задания: проанализируйте тематику и содержание рекламных роликов центральных ТВ-каналов. Как это отражается на представлениях потребителей о мире?

2. Найдите в электронных СМИ информацию, которую можно интерпретировать многозначно, и расскажите, какой смысл вы вложили в это сообщение. Какие смыслы, на ваш взгляд, можно еще увидеть?

3. Приведите примеры манипулятивного воздействия радио- и телевизионных передач или рекламных и ПР-материалов на сознание обывателя.

### **Коммуникация в различных сферах социальной жизни**

1. Деловая коммуникация в сфере журналистики
2. Связи с общественностью как вид коммуникации
3. Коммуникация в кризисных ситуациях
4. Особенности рекламной коммуникации
5. Социальные коммуникации и социальная реклама

#### **Задания:**

1. В коммуникативном пространстве современного университета представлено взаимодействие представителей разных социальных групп (преподаватели, студенты, сотрудники, обслуживающий персонал и др.). Покажите, каким образом осуществляются коммуникация по вертикали и по горизонтали в вашем учебном заведении. В чем вы видите причину устойчивой дистанции в общении между студентами и преподавателями, связано ли это с информационным или социальным разрывом?

2. Одной из форм деловой коммуникации является разговор по телефону, который имеет свою структуру:

- взаимные представления (20-25 секунд),
- введение собеседника в курс дела (40-45 секунд),
- обсуждение ситуации (100—115 секунд),
- заключительное слово.

Проведите телефонный разговор с секретарем фирмы, где вы хотели бы пройти практику. Каково оптимальное время для звонка? Постройте разговор в соответствии с представленной структурой. Закончите разговор на положительной оптимистической ноте.

## **МОДУЛЬ № 2**

### **Теория коммуникации в системе научного знания: развитие и современное состояние**

Вопросы для подготовки и обсуждения:

1. Коммуникативная проблематика в истории социально-философской мысли.
2. Теория коммуникации в современной системе научных знаний
3. Междисциплинарный характер коммуникативного знания.



## **Коммуникация и общество**

Вопросы для подготовки и обсуждения:

1. Понятия коммуникации и социальной коммуникации. Основные подходы к определению коммуникации.
2. Исторические этапы и парадигмы формирования понятия.
3. Коммуникационные революции и их значение для развития общества.

## **Методы исследования коммуникации**

Вопросы для подготовки и обсуждения:

1. Методология как стратегия, методы как тактические средства в процессе научного исследования социальной коммуникации.
2. Общенаучные принципы изучения социальной коммуникации.
3. Частнонаучные методы исследования коммуникации.

## **Массовая коммуникация: базовые характеристики**

Вопросы для подготовки и обсуждения:

1. Массовая коммуникация как важнейший вид социальной коммуникации.
2. Характеристики массовой коммуникации.
3. Основные виды массовой коммуникации: реклама, политическая коммуникация, связи с общественностью, журналистика.
4. Массовая коммуникация и современные мегатренды: конвергенция, глобализация, коммерциализация, медиатизация.

## **Основные подходы к массовой коммуникации**

Вопросы для подготовки и обсуждения:

1. Этапы развития теории массовой коммуникации. Связь развития теории массовой коммуникации с развитием системы массовой коммуникации в мире.
2. Нормативные теории массовой коммуникации.
3. Массовая коммуникация в контексте теорий информационного общества

## **Теории взаимодействия средств массовой коммуникации с аудиторией**

Вопросы для подготовки и обсуждения:

1. Теории эффектов массовой коммуникации.
2. Активная аудитория как субъект медиасистемы.
3. Новые форматы взаимодействия СМК и аудитории. «Гражданские журналисты», блогеры в современной медиакоммуникации.

## **Теоретические аспекты коммуникации в XXI веке: интернет-коммуникация**

Вопросы для подготовки и обсуждения:

1. Новые виды СМК и новые форматы медиакоммуникации.
2. Интернет как новейший канал и среда социальной коммуникации.
3. Виды коммуникации в интернете. Формы коммуникации. Уровни коммуникации.
4. Виды взаимодействия пользователя с интернетом. Push-коммуникация. Pull-коммуникация. Форматы взаимодействия пользователей: виртуально-межличностные, виртуально-групповые, виртуально-массовые.

## **Коммуникативные кампании**

Вопросы для подготовки и обсуждения:

1. Модели коммуникативных кампаний. Роль аудитории в планировании кампании.
2. Коммуникативные кампании для различных сегментов общества.
3. Коммуникативные кампании в разных профессиональных сферах.

# МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ОЦЕНКИ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ И НАВЫКОВ

## ПИСЬМЕННЫЕ РАБОТЫ

### Коммуникативный процесс

Задание: Спланируйте коммуникативный процесс передачи информации на массовую аудиторию (например, объявление о молодёжном фестивале рекламы или о проведении Тотального диктанта), используя модель Шеннона-Уивера. Охарактеризуйте каждый компонент схемы коммуникативного процесса. Сформулируйте возможные барьеры передачи информации, запишите способы их преодоления.

### Семиотика коммуникации. Формы коммуникации

Задание: Проанализируйте 1 рекламный ролик или 1 ролик любой службы новостей (видео принесите на занятие, ссылку на материал включите в текст работы), обращая внимание на такие параметры, как новизна, доступность, оригинальность, избыточность информации. Выявите адресата, опишите, в чем проявляется ориентация на целевую аудиторию. Перечислите, какие вербальные и невербальные средства использованы для воздействия на адресата. На каких уровнях передаётся содержательная, а на каких - оценочная информация.

(Информация может передаваться различными способами, поэтому передача содержательной и оценочной информации может вестись параллельно по разным уровням:

- 1) визуально-семиотический уровень - передача информации с помощью образов, символов и индексальных знаков
- 2) лингвистический (языковой) - передача информации при помощи слов;
- 3) паралингвистический уровень - передача информации невербальными средствами (мимика, жесты, позы, движения))

### Коммуникативные стратегии и тактики

Задание: Проанализируйте одну печатную публикацию на актуальную социальную или политическую тему на предмет использованных автором стратегий и тактик. Результаты анализа отразите в таблице, указав текстовый фрагмент, выражаемую им идею (или цель введения данной информации), название стратегии, название тактики. В каждом текстовом фрагменте графически выделите языковые конструкции, отражающие указанную вами тактику.

### Виды коммуникации

Задание: Выбрав один объект (предмет, услуга, социальная проблема), создайте о нем журналистский материал (печатную публикацию, аудио- или видеозапись). Запишите, какие требования к выбранному вами виду публикации и как именно были соблюдены. Запишите, чем будет отличаться подача информации в оставшихся двух вариантах подачи материала.

### Межличностная коммуникация

Задание: Изучите теорию транзакций Э.Берна. Проанализируйте ситуацию 1: преподаватель говорит студентам: «Завтра вы должны явиться в 8.00 на кафедру. Мы с вами подготовим аудитории для проведения студенческой конференции, и дежурные займут свои посты у входа в аудиторию». Нарисуйте транзакционный стимул (по Э. Берну). Какие могут быть варианты реакций? Приведите примеры и изобразите их в виде схем (транзакционные стимулы) – 2-3 варианта

Проанализируйте ситуацию 2: Вы не готовы к семинарскому занятию по предмету «Основы теории коммуникации (модуль 1)». Как будут звучать ваши оправдательные реплики с позиции Взрослого, Ребенка, Родителя? Как могут выглядеть ответы преподавателя с различных позиций? Пропишите примеры и нарисуйте транзакционные стимулы.

Проанализируйте ситуацию 3: Вам нужно обратиться а) к другому студенту с просьбой выступить вместо вас на практическом занятии, б) к брату или сестре с просьбой выполнить уборку в квартире вместо вас, в) к другому студенту с отказом помочь искать материал для подготовки его проекта. Продумайте свои реплики с различных позиций. Обоснуйте их с точки зрения теории Э.Берна.

## **Коммуникация в различных сферах социальной жизни**

Задание: Выбрав один объект (предмет, услуга, социальная проблема), создайте для него ПР-текст и рекламное сообщение (аудио- или печатную рекламу). Запишите, какие требования к созданию данных продуктов и как именно были соблюдены в каждом случае. Запишите, чем различается подача информации в этих ситуациях массовой коммуникации.

## **ТЕСТЫ**

### **Комплект тестовых заданий по дисциплине**

#### **Теория коммуникации как наука и учебная дисциплина**

1. Можно ли отнести общение с человека с самим собой к коммуникации: а) нельзя, так как процесс коммуникации предполагает диалог; б) можно, так как происходит обмен информацией.
2. Из приведенных формулировок выберите те, которые отражают основные законы коммуникации: а) коммуникация возможна лишь при условии, что обе участвующие в ней стороны изъявляют согласие вступить в процесс информационного обмена; б) коммуникация не может существовать без определённой системы знаков; в) коммуникация необратима; г) в коммуникационном взаимодействии могут принимать участие 2 и более субъектов; д) коммуникация невозможна при полном совпадении информационных потенциалов коммуникантов; е) коммуникация является динамическим процессом; ж) коммуникацию можно считать осуществлённой лишь в том случае, если имеется обратная связь между коммуникантами.
3. Какое понятие шире – общение или коммуникация: а) общение; б) коммуникация; в) общение = коммуникация.
4. Верно ли утверждение, что всякая коммуникация имеет знаковый характер: а) да; б) нет.
5. Древние люди, обладавшие наиболее развитыми коммуникативными навыками – это: а) кроманьонец; б) питекантроп; в) синантроп.
6. Коммуникация представляет собой: а) субъект-субъектное взаимодействие; б) субъект-объектное взаимодействие; в) субъект-субъектное или субъект-объектное взаимодействие.
7. Диахронную коммуникацию обеспечивает: а) информация как идеальная субстанция; б) информация как идеально-материальная субстанция.
8. Каков основной недостаток модели коммуникационного процесса, предложенной Г. Лассуэлом? а) она абстрагируется от смысла передаваемой информации; б) она монологична; в) она не учитывает, что переданное и принятое адресатом сообщения не совпадают.
9. Коммуникативная модель – это... а) обмен информацией; б) коммуникационное пространство и управляющие им законы и представления; в) модель трансформации сигналов от отправителя к получателю; г) совокупность символов, сигналов и передачи сообщения.
10. Коммуникация представляет собой: а) общение, в процессе которого люди обмениваются информацией, б) механизм, посредством которого осуществляется управление, возникает и реализуется власть в обществе, в) процесс взаимодействия и способы общения, позволяющие создавать, передавать и принимать разнообразную информацию, г) передачу и массовый обмен информации
11. Из приведенных ниже открытий/ изобретений выберите те, которые принято считать «символами» коммуникативных революций, и расположите их в правильном порядке (например: б,г,а...): а) появление иероглифического письма, б) наскальные рисунки, в) древние люди используют жесты и звуки для общения друг с другом, г) формирование членораздельной речи у наших далёких предков, д) появление оптического телеграфа, е) появление фонетического письма, ж) изобретение электрического телеграфа, з) изобретение телефона, к) изобретение книгопечатного станка, л) появление радиовещания, м) изобретение компьютера, н) появление телевидения
12. Возникновение коммуникаций в обществе связано: а) с необходимостью выживания человеческого рода; б) с появлением языка как специального кода передачи информации; в) с формированием предметно-трудовой деятельности.

#### **Коммуникационный процесс**

1. Барьерами коммуникации могут являться: а) отсутствие коммуникации; б) амбициозность технического персонала; в) неприятие имиджа коммуниканта; г) наличие трибуны для выступления

2. К способам защиты от помех восприятия информации причислить: а) повтор сообщения в разное время; б) значительное повышение громкости речи; в) удаление из аудитории мешающих коммуникатору слушателей; г) внезапное прекращение вербальной коммуникации.
3. Наиболее эффективным каналом коммуникации (из перечисленных) считается: а) письмо; б) разговор «лицом к лицу»; в) новости в печатных СМИ; г) выступление перед большой аудиторией.
4. Отличие массовой аудитории от специализированной состоит: а) в численности; б) в степени экспрессивности и непредсказуемости; в) в организованности и наличии общей цели; г) в степени динамичности.
5. Коммуникатор - это: а) объект коммуникации; б) субъект коммуникации.
6. Источник коммуникации и коммуникатор - одно и то же? а) да; б) нет.
7. Правильная последовательность этапов процесса коммуникации: а) Рождение идеи – передача – кодирование – прием – декодирование – использование – восприятие. б) Рождение идеи – кодирование – передача – прием – декодирование – восприятие – использование. в) Рождение идеи – передача – кодирование – декодирование – прием – восприятие – использование. г) Рождение идеи – кодирование – передача – прием – декодирование – использование – восприятие.
8. Канал коммуникации – это: а) способ кодирования сообщений; б) специальный маршрут или технология, используемая для доставки сообщения получателю.
9. Каких барьеров при передаче информации не возникает: а) технических; б) психологических; в) гуманитарных; г) психофизиологических; д) языковых; е) социальных; ж) культурно-национальных?
10. Кодирование – это... : а) перевод на язык коммуникации идей и замыслов отправителя; б) написание речей, текстов или сообщений рекламного, информационного или иного характера; в) шифровка сообщения, не предназначенного для широкого оглашения; г) выбор шрифта при написании текста; д) выбор характеристики теле- или радиосигнала для максимального достижения его четкости.
11. Факторы эффективности декорирования сообщения зависят от... (выберите несколько вариантов): а) понимания смысла сообщения; б) стереотипов мышления; в) финансового положения получателя сообщения; г) барьеров коммуникации; д) его семантических характеристик.
12. Назовите барьеры, мешающие 100% приему и передаче информации (выберите несколько вариантов): а) географические, связанные с ослаблением сигнала, проходящего над поверхностью Земли; б) исторические - чем дальше от нас событие, тем труднее его понять; в) экономические – нет денег, чтобы купить информацию; г) конструкционные – особенности различных материалов; д) социокультурные – нет потребности получать информацию.

### **Невербальная коммуникация**

1. В процессе межличностных коммуникаций информационная нагрузка слов составляет:  
1) 97,5 %; 2) 7–10 %; 3) 50 %; 4) 0 %.
2. Какую категорию людей мы обычно добровольно впускаем в свою «интимную» зону? (Выберите два ответа).  
1) родственников; 2) знакомых людей; 3) близких по душе; 4) любых, настроенных доброжелательно; 5) никого; б) тех, чье расположение было бы весьма и весьма лестно.
3. Зачем политики при официальной встрече иногда обнимаются?  
1) демонстрируют искреннюю симпатию друг к другу; 2) демонстрируют вежливость; 3) демонстрируют дружеские отношения между их странами; 4) так принято; 5) это проявление национальных особенностей.
4. Невербальные сообщения могут быть закодированы посредством: а) ...; б) звукового оформления речи; в) определенным образом организованного пространства; г) использования материальных предметов, имеющих символическое значение. Вставьте пропущенное.
5. В пустом салоне автобуса Вы сели рядом с одиноким пассажиром (того же примерно возраста). Вероятнее всего, пассажир удивится такому Вашему действию, а чаще всего будет испытывать дискомфорт. Почему?  
1) Вы нарушили правила поведения; 2) Вы нарушили нормы этики; 3) Вы нарушили психологическое пространство пассажира; 4) думаю, что так реагируют редко, обычно это закомплексованные личности; 5) думаю, что это естественная реакция любого человека, поскольку Вы его физически стеснили.
- б. Приведите примеры единиц невербальной коммуникации - столько, сколько сможете.

7. Первичные языки невербальной коммуникации – это: а) система жестов пантомимика, мимика; б) азбука Морзе, система нот, языки программирования.

8. Расположите пространственные зоны коммуникации в порядке увеличения расстояния между коммуникантами: а) социальная зона; б) личная зона; в) интимная зона; г) публичная зона.

### **Виды коммуникации**

1. Какая из перечисленных характеристик относится к массовой коммуникации: а) Отсутствие непосредственной связи между коммуникатором и аудиторией в процессе общения; б) Наличие непосредственной обратной связи между общающимися в процессе коммуникативного акта

2. Какая их перечисленных характеристик относится к массовой коммуникации: а) Однонаправленность информации и фиксирование коммуникативных ролей; б) Попеременная смена направленности информации и коммуникативных ролей

3. Средства массовой коммуникации – это: а) специальные каналы и передатчики, благодаря которым происходит распространение информационных сообщений на большие территории; б) технические средства фиксации, копирования, тиражирования текстов и системного распространения больших объемов информации, адресованной массовой аудитории. в) технические службы, обеспечивающие передачу и прием сообщений.

4. Отличие массовой аудитории от специализированной состоит: а) в численности; б) в степени экспрессивности и непредсказуемости; в) в организованности и наличии общей цели; г) в степени динамичности.

5. Какое из приведенных понятий более общее: а) социальная коммуникация; б) межличностная коммуникация.

6. По какому критерию коммуникация классифицируется на межличностную, групповую и массовую: а) по способу установления и поддержания контакта; б) по степени организованности; в) по составу участников; г) по используемым знаковым системам.

7. Основные типы групп, выделяемые при анализе групповой коммуникации – это: а) малые, семейные, формальные б) семейные, неформальные, официальные, в) семейные, формальные, неформальные, г) семейные, формальные, добровольные

8. Массовая коммуникация – это: а) процесс потребления информации массовой аудиторией; б) процесс распространения массовой информации при помощи технических средств на численно большой рассредоточенной аудитории.

9. Целевая аудитория может быть дифференцирована: а) по социально-демографическому принципу; б) только по политико-географическому принципу; в) по любому принципу, подбираемому в зависимости от цели коммуникации; г) не должна дифференцироваться, поскольку это пустая трата времени и сил.

10. Какая их перечисленных характеристик относится к межличностной коммуникации: а) Организованный, институциональный характер общения; б) В большей мере спонтанный характер общения.

11. Расположите коммуникативные процессы в становлении малой группы по очередности их возникновения: а) стадия нормоустановления; б) стадия протеста; в) стадия формирования; г) стадия сотрудничества.

12. Какая их перечисленных характеристик относится к межличностной коммуникации: а) Массовость, публичность, социальная актуальность и периодичность сообщений; б) Будничность, приватность универсальность, социальная и индивидуальная актуальность, необязательная периодичность сообщений

13. Термин «массмедиа» означает: а) канал коммуникации, б) средства массовой информации, в) средства массовой коммуникации

14. Коммуникационная компетентность – это: а) умение налаживать контакты; б) умение, знания и навыки, способствующие успешной коммуникации; в) умение использовать вербальные и невербальные средства общения.

15. С точки зрения теории коммуникации люди, на суждения которых ориентируется их постоянное окружение - это: а) социометрические звезды; б) лидеры мнения; в) референтная группа.

16. Массовая информация - это: а) информация, которая рождается в массовой аудитории; б) информация, которая распространяется по массовым каналам; в) информация, которая потребляется массовой аудиторией; г) информация, которая обладает обязательно всеми перечисленными признаками; д) информация, которая обладает хотя бы одним из перечисленных признаков.

17. Массовая аудитория – это: а) совокупность индивидов, получающих одновременно или в разное время определенную информацию, имеющую значимость на данном этапе развития общества, б) совокупность индивидов, получающих одновременно или в разное время определенную информацию, в) совокупность индивидов, получающих одновременно определенную информацию, г) потребители информации, распространяемой средствами массовой коммуникации
18. Какая из перечисленных характеристик относится к массовой коммуникации: а) Общение больших социальных групп б) Общение в основном отдельных индивидов
19. Основанием для выделения аудитории является: а) общность социально-демографических характеристик, б) общность информационных потребностей и способов их удовлетворения, в) общность ценностных иерархий и стереотипов

### **Массовая коммуникация**

1. Какая из перечисленных характеристик относится к массовой коммуникации: а) Отсутствие непосредственной связи между коммуникатором и аудиторией в процессе общения; б) Наличие непосредственной обратной связи между общающимися в процессе коммуникативного акта
2. Какая из перечисленных характеристик относится к массовой коммуникации: а) Однонаправленность информации и фиксирование коммуникативных ролей; б) Попеременная смена направленности информации и коммуникативных ролей
3. Средства массовой коммуникации – это: а) специальные каналы и передатчики, благодаря которым происходит распространение информационных сообщений на большие территории; б) технические средства фиксации, копирования, тиражирования текстов и системного распространения больших объемов информации, адресованной массовой аудитории. в) технические службы, обеспечивающие передачу и прием сообщений.
4. Отличие массовой аудитории от специализированной состоит: а) в численности; б) в степени экспрессивности и непредсказуемости; в) в организованности и наличии общей цели; г) в степени динамичности.
5. Какое из приведенных понятий более общее: а) социальная коммуникация; б) межличностная коммуникация.
6. С точки зрения теории коммуникации люди, на суждения которых ориентируется их постоянное окружение - это: а) социометрические звезды; б) лидеры мнения; в) референтная группа.
7. Массовая информация - это: а) информация, которая рождается в массовой аудитории; б) информация, которая распространяется по массовым каналам; в) информация, которая потребляется массовой аудиторией; г) информация, которая обладает обязательно всеми перечисленными признаками; д) информация, которая обладает хотя бы одним из перечисленных признаков.
8. Массовая аудитория – это: а) совокупность индивидов, получающих одновременно или в разное время определенную информацию, имеющую значимость на данном этапе развития общества, б) совокупность индивидов, получающих одновременно или в разное время определенную информацию, в) совокупность индивидов, получающих одновременно определенную информацию, г) потребители информации, распространяемой средствами массовой коммуникации
9. Какая из перечисленных характеристик относится к массовой коммуникации: а) Общение больших социальных групп б) Общение в основном отдельных индивидов
10. Основанием для выделения аудитории является: а) общность социально-демографических характеристик, б) общность информационных потребностей и способов их удовлетворения, в) общность ценностных иерархий и стереотипов
11. Слухи относятся к а) формальной; б) к неформальной коммуникации в организации.

### **Итоговый тест (модуль 1)**

1. Коммуникация – это: а) общение; б) процесс передачи и обмена информацией; в) общение с помощью технических средств.
2. Наиболее эффективным каналом коммуникации (из перечисленных) считается: а) письмо; б) разговор «лицом к лицу»; в) новости в печатных СМИ; г) выступление перед большой аудиторией.
3. Коммуникативная модель – это... а) совокупность символов, сигналов и передачи сообщения; б) коммуникационное пространство и управляющие им законы и представления; в) обмен информацией; г) модель трансформации сигналов от отправителя к получателю.
4. Основными компонентами коммуникационного процесса по Лассуэлу являются:

- а) оратор, аудитория, средства передачи информации; б) коммуникатор, сообщение, обратная связь; в) источник сообщения, кодирующее и декодирующее устройство информации, получатель.
5. Правильная последовательность этапов процесса коммуникации: а)Рождение идеи – передача – кодирование – декодирование – прием – восприятие – использование. б)Рождение идеи – передача – кодирование – прием — декодирование - использование – восприятие. в)Рождение идеи — кодирование – передача – прием – декодирование – использование – восприятие. г)Рождение идеи – кодирование – передача – прием – декодирование –восприятие – использование.
6. К средствам коммуникации относятся: а) технические средства связи; б) речь, поза, жесты, имидж, технические средства, коммуникационное пространство; в) вербальные, невербальные, технические средства.
7. Из приведенных ниже открытий/ изобретений выберите те, которые принято считать «символами» коммуникативных революций, и расположите их в правильном порядке (например: б,г,а...): а) древние люди используют жесты и звуки для общения друг с другом, б) наскальные рисунки, в) появление иероглифического письма, г) формирование членораздельной речи у наших далёких предков, д) появление фонетического письма, е) изобретение телефона, ж)появление оптического телеграфа, з) изобретение книгопечатного станка, и) появление телевидения, к)изобретение электрического телеграфа, л) появление радиовещания, м) изобретение компьютера
8. Выделите из нижеперечисленных факторов те, которые являются причинами коммуникационных неудач (несколько вариантов ответа): а) логические барьеры; б) влияние окружающей среды; в) стилистические барьеры; г) неправильное оформление сообщения; д) межкультурные различия; е) несоответствие смысла и содержания информации; ж) фонетические барьеры; з) неконгруэнтность вербальных и невербальных сигналов; и) семантические барьеры.
9. Из приведенных формулировок выберите те, которые отражают основные законы коммуникации: а) коммуникация необратима; б) коммуникация основана на принципе обратной связи; в) в процессе коммуникации осуществляется информационное воздействие; г) участников коммуникации должно быть не менее двух; д) коммуникация возможна лишь при несовпадении информационных потенциалов сторон-участников; е) коммуникация невозможна при нежелании «принимающей» стороны вступать в информационный обмен; ж) коммуникация имеет знаковый характер.
10. Эмоциональная несовместимость людей относится к: а)Психологическим барьерам, б)Личностным барьерам, в)Семантическим барьерам, г)Физическим барьерам.
11. Синхронную коммуникацию обеспечивает: а) информация как идеальная субстанция; б) информация как идеально-материальная субстанция.
12. Источник коммуникации и коммуникатор - одно и то же? а) да; б) нет.
13. К названию каждой из функций вербальной коммуникации подберите её расшифровку (например, 1а, 2б, 3в...): 1) констатирующая функция языка, 2) конативная функция, 3) волюнтативная функция, 4) фатическая функция, 5)этическая функция. Расшифровки функций: а) соответствует главной задачи коммуникации – воздействовать на слушающего б) обеспечивает передачу информации, в чистом виде работает, например, в учебнике – в высокоинформативном тексте, лишённом эмоциональности и экспрессии, в) реализует задачу установления контакта между говорящим и слушающим, г) обозначает цели и намерения говорящего, то, что явилось реальной целью общения, д) реализует потребность человека в особом оформлении фраз (говорить витиевато, изысканно, иносказательно)
14. Что понимается под знаком-иконой, знаком-индексом и знаком символом в классификации Ч.Пирса? Установите соответствия (например, 1а, 2б, 3в): 1) знак-икона, 2) знак-индекс, 3) знак-символ. Расшифровки: а) дым на лесом, б) слова естественного языка, в) рисунок или фотография
15. Верно ли, что междометная теория объясняет происхождение языка внутренними эмоциональными состояниями человека: а) да, верно. б) нет, не верно.
16. Какого вида письменности не существовало: а) узелковое письмо; б) пиктография; в) иероглифы; г) священное письмо; д) фонетическое письмо.
17. Коммуникация представляет собой: а) субъект-субъектное взаимодействие; б) субъект-объектное взаимодействие; в) субъект-субъектное или субъект-объектное взаимодействие.
18. Канал коммуникации – это: а) способ кодирования сообщений; б) специальный маршрут или технология, используемая для доставки сообщения получателю.
19. Верно ли, что признаками письменной речи являются ее логичность, развернутость, избыточность, нормативность. а) да, верно; б) нет, не верно.

20. Искажение информации происходит в результате воздействия шумов, т.е.: а) физических повреждений коммуникантов, б) шумов в окружающей среде, в) внутренних и внешних помех и барьеров у коммуникантов, возникающих в процессе передачи и восприятия сообщений, г) препятствий, возникающих по субъективным и объективным причинам
21. Верно ли, что искажение информации может быть вызвано как ее избыточностью, так и недостаточностью а) да, верно; б) нет, неверно.
22. Одна из первых моделей коммуникации принадлежит : а) Софоклу, б) Сократу, в) Аристотелю, г) Лассуэлу
23. Опосредованная коммуникация – это а) взаимодействие, осуществляемое через посредника, б) коммуникация, осуществляемая при посредстве физических лиц, в) коммуникация с помощью технических средств коммуникации, г) коммуникация, осуществляемая через посредника, которым может быть как физическое лицо, так и различные средства коммуникации
24. К «максимам» П.Грайса относятся: а) максима количества, максима качества, максима значимости, максима способа коммуникации, б) максима количества, максима качества, максима релевантности, максима способа коммуникации, в) максима количества, максима качества, максима релевантности, максима значимости
25. По какому критерию коммуникация классифицируется на межличностную, групповую и массовую: а) по способу установления и поддержания контакта; б) по степени организованности; в) по составу участников; г) по используемым знаковым системам.
26. Основные типы групп, выделяемые при анализе групповой коммуникации – это: а) малые, семейные, формальные б) семейные, неформальные, официальные, в) семейные, формальные, неформальные, г) семейные, формальные, добровольные
27. Массовая коммуникация – это: а) процесс потребления информации массовой аудиторией; б) процесс распространения массовой информации при помощи технических средств на численно большой рассредоточенной аудитории.
28. Целевая аудитория может быть дифференцирована: а) по социально-демографическому принципу; б) только по политико-географическому принципу; в) по любому принципу, подбираемому в зависимости от цели коммуникации; г) не должна дифференцироваться, поскольку это пустая трата времени и сил.
29. Внутрифирменная коммуникационная политика должна быть направлена на: а) удовлетворение амбиций руководителя организации; б) поддержку равновесия формальной и неформальной структур внутри организации; в) удовлетворение всех коммуникационных желаний клиента; г) полезное обеспечение контактов с внешней средой.
30. Какая их перечисленных характеристик относится к массовой коммуникации: а) Опосредованность общения техническими средствами; б) Непосредственный контакт в общении.
31. Какая их перечисленных характеристик относится к межличностной коммуникации: а) Организованный, институциональный характер общения; б) В большей мере спонтанный характер общения.
32. Расположите коммуникативные процессы в становлении малой группы по очередности их возникновения: а) стадия нормоустановления; б) стадия протеста; в) стадия формирования; г) стадия сотрудничества.
33. Какая их перечисленных характеристик относится к массовой коммуникации: а) «Коллективный» характер коммуникатора и его публичная индивидуальность; б) «Индивидуальный» характер коммуникатора и его «приватная» индивидуальность.
34. Какая их перечисленных характеристик относится к межличностной коммуникации: а) Массовость, публичность, социальная актуальность и периодичность сообщений; б) Будничность, приватность универсальность, социальная и индивидуальная актуальность, необязательная периодичность сообщений
35. Термин «массмедиа» означает: а) канал коммуникации, б) средства массовой информации, в) средства массовой коммуникации
36. Коммуникационная компетентность – это: а) умение налаживать контакты; б) умение, знания и навыки, способствующие успешной коммуникации; в) умение использовать вербальные и невербальные средства общения.



## Итоговый тест (модуль 2)

1. Коммуникация – это двусторонний процесс обмена сообщениями, с целью информирования, ин-структирования и убеждения. Какая стадия не входит в процесс информирования:

- а) привлечение внимания к данной коммуникации;
- б) обеспечение приема соответствующего сообщения;
- в) обеспечение надлежащей интерпретации;
- г) стимулирование активного обучения и получения практических навыков.

2. Способ передачи информации определяется:

- а) целью коммуникации
- б) сформированностью каналов коммуникации
- в) наличием общих сторон коммуникации знаковой системы

3. Качественными характеристика источника сообщения являются:

- а) статус, надежность, квалификация отправителя;
- б) тема сообщения, канал, сила воздействия коммуниканта;
- в) статус, тема сообщения, квалификация отправителя;
- г) статус, тема сообщения и сила воздействия отправителя.

4. Для демократической коммуникации (приоритет обратной связи) определяющим является:

- а) сомнение и непослушание;
- б) право выбора;
- в) вопрос и интерес;
- г) диалог и симпатия.

5. Характеристика, которая не входит в отличительные признаки мультимедийной коммуника-тивной культуры:

- а) обожествление слова
- б) замена линейного текста нелинейным гипертекстом
- в) социальная информация как ключевой экономический ресурс

6. Кто является автором теории двухступенчатого распространения информации

- а) П.Лазарсфельд
- б) М.Маклюэн
- в) Д.Гербнер

7. Ученые, исследующие массовую коммуникацию, авторы концепции «социальной семиотики»:

- а) Ю. Лотман, Т. Тодоров
- б) П. Вайль, А. Генис
- в) Дж. Фиске, У. Эко
- г) Р. Ходж, Г. Кресс

8. В какой теории идет речь о зависимости СМК от аудитории

- а) теория ограниченного влияния СМК
- б) теория культивации
- в) теория активной аудитории

9. В какой теории употребляется понятие «фрейминг»

- а) теория «повестки дня»
- б) теория культивации
- в) теория социальной ответственности

10. На чем делает акцент теория социальной ответственности

- а) на ответственности СМК перед обществом
- б) на ответственности общества перед СМК
- в) на ответственности СМК и общества

## **ВОПРОСЫ К ЭКЗАМЕНУ**

### **Перечень вопросов к экзамену**

#### **Основы теории коммуникации (модуль 1)**

1. Понятие коммуникации. Функции и единицы коммуникации. Законы и категории теории коммуникации. Коммуникология как социальная наука.
2. Виды, уровни и формы коммуникационной деятельности.
3. Основные элементы коммуникационного процесса. Коммуникативные барьеры
4. Формы речевой коммуникации
5. Вербальная коммуникация. Устноречевая коммуникация. Письменноречевая коммуникация. Дискурсы как единицы вербальной коммуникации.
6. Коммуникативные стратегии и тактики. Принципы коммуникации Г.Грайса, Дж.Лича и др. Речевые тактики Т.ван Дейка.
7. Коммуникативная личность. Параметры коммуникативной личности. Типы коммуникантов.
8. Невербальная коммуникация. Просодические и экстралингвистические средства в невербальной коммуникации.
9. Понятие межличностной коммуникации. Речевое и неречевое поведение в межличностном взаимодействии. Межличностная адаптация. Методы разрешения межличностного конфликта.
10. Коммуникации в группах. Понятия, виды, функции коммуникации в малой группе.
11. Публичные коммуникации: планирование, подготовка и реализация выступления.
12. Сущность, функции массовой коммуникации. Аудитория массовой коммуникации.
13. Межкультурная коммуникация. Социально-психологическая обусловленность поведения людей в разных культурах. Проблема понимания в межкультурной коммуникации. Национальный характер и этностереотипы.
14. Коммуникации в сфере журналистики.
15. Особенности PR-коммуникаций.

## **ВОПРОСЫ К ЗАЧЕТУ**

#### **Основы теории коммуникации (модуль 2)**

1. Коммуникативная проблематика в истории социально-философской мысли
2. Теория коммуникации в современной системе научных знаний
3. Социологические, психологические модели коммуникации
4. Основные подходы к определению коммуникации. Социальная коммуникация
5. Коммуникационные революции в истории развития общества
6. Общенаучные принципы изучения социальной коммуникации
7. Частнонаучные методы исследования коммуникации
8. Массовая коммуникация как важнейший вид социальной коммуникации
9. Характеристики массовой коммуникации
10. Основные виды массовой коммуникации: реклама, политическая коммуникация, связи с общественностью, журналистика.
11. Массовая коммуникация и современные мегатренды: конвергенция, глобализация, коммерциализация, медиатизация.
12. Нормативные теории массовой коммуникации
13. Массовая коммуникация в контексте теорий информационного общества
14. Теории эффектов массовой коммуникации
15. Активная аудитория как субъект медиасистемы
16. Коммуникации в цифровую эпоху: от массовой коммуникации к индивидуально массовой (самокоммуникации)
17. Интернет-коммуникация как новый объект теории коммуникации. Типология интернет-коммуникации.
18. Модели коммуникативных кампаний

# МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ СТУДЕНТОВ ПО ИЗУЧЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

## Методические рекомендации по изучению лекционного материала

Основной формой теоретического обучения в вузе является лекция, которая представляет собой логически стройное, систематически последовательное и ясное изложение того или иного научного материала.

Виды лекций, используемые в ходе изучения курса: проблемная лекция, лекция-визуализация с разбором конкретных ситуаций, лекция-беседа.

Для успешного усвоения дисциплины студентами необходимо посещение и конспектирование лекций. Лекционный материал обладает большой информационной емкостью, поскольку для ее создания преподаватель обрабатывает большое количество источников. Он сводит воедино материал, «рассыпанный» по учебникам, монографиям, научным статьям, подбирает примеры из практики, иллюстрирующие то или иное положение. Поэтому лекционный материал является базовым при изучении того или иного курса. Из этого вытекает необходимость внимательного конспектирования лекций. Следует знать, что главные положения лекции преподаватель обычно выделяет интонацией или повторяет несколько раз. Эффективность конспектирования зависит от владения правильной методикой записи лекции. Существуют некоторые наиболее употребляемые и целесообразные приемы записи лекционного материала. Запись лекции чаще всего ведется в виде тезисов – коротких, простых предложений, фиксирующих только основное содержание материала. Кроме тезисов важно записывать примеры, доказательства, даты и цифры, имена. При составлении конспектов необходимо использовать основные навыки стенографии. Так в процессе совершенствования навыков конспектирования лекций важно выработать индивидуальную систему записи материала, научиться рационально сокращать слова и отдельные словосочетания. Правильно составленный конспект послужит также способом систематизации и хранения информации, позволит усвоить материал, успешно подготовиться к практическим занятиям, зачетам и экзаменам.

Получив базовые знания в ходе записи лекционного материала, студент должен обратиться к учебно-методической литературе для расширения представления об изучаемой теме.

### Ликвидация академической задолженности

При возникновении у студентов академической задолженности требуется восстановить лекционный материал. С этой целью студенту может быть предложено составление опорного конспекта по материалам учебников и учебных пособий.

Критерии оценивания опорного конспекта:

- умение выделить главное;
- глубина раскрытия темы;
- изучение всех указанных преподавателем источников;
- умение подкрепить теоретический материал конкретными примерами.

## Методические рекомендации по подготовке к практическим занятиям

Практическое занятие – форма организации педагогического процесса, направленная на углубление теоретических знаний и получение навыков практической деятельности.

Перечень тем практических занятий определяется рабочей программой дисциплины и фондом оценочных средств.

Тематика практических занятий соотносится с тематикой лекций. Практические занятия углубляют и дополняют лекционный материал, а также позволяют изучить отдельные аспекты дисциплины, не затронутые в рамках лекционного материала. Подготовка к практическим занятиям способствует формированию навыков самостоятельной работы, готовит студентов к практической деятельности.

В ходе практических занятий могут использоваться различные формы обучения, в том числе подготовка доклада с презентацией, выполнение творческого задания, тестирование и др.

Основными формами контроля знаний на практических занятиях являются: краткий опрос по теоретическим аспектам темы, выполнение предложенных заданий.

Для подготовки к практическим занятиям студентам предлагается перечень теоретических вопросов. После ознакомления с планом студент должен изучить соответствующие разделы учебной литературы, предложенные для освоения, восстановить в памяти лекционный материал. Для лучшего запоминания и систематизации знаний рекомендуется составить опорный конспект ответа либо законспектировать соответствующие главы учебников и учебно-методических пособий. Ведение записей способствует превращению чтения в активный процесс, мобилизует, наряду со зрительной, моторную память, а также способствует формированию навыка аналитической работы с материалом.

В ходе практического занятия студент может опираться на свои конспекты, но при этом должен продемонстрировать свободное владение материалом, его понимание. Он должен быть готов к ответу на поставленные вопросы, проявлять максимальную активность при их рассмотрении. Выступление должно строиться свободно, убедительно и аргументировано. Практические задания должны быть выполнены, выводы обоснованы.

#### Ликвидация академической задолженности

При возникновении академической задолженности студенту следует составить развернутый конспект по вопросам практического занятия, письменно выполнить задания, а в устной беседе с преподавателем продемонстрировать знание теоретических аспектов и практические навыки.

Критерии оценивания при отработке пропуска практического занятия:

- качественно выполненный развернутый конспект с использованием всех указанных преподавателем источников;
- правильно выполненное практическое задание;
- свободное владение материалом при опросе, знание терминологии;
- умение подкрепить теоретический материал конкретными примерами.

#### **Методические рекомендации**

##### **по подготовке к самостоятельной работе студентов**

Самостоятельная работа – индивидуальная или коллективная учебная деятельность, осуществляемая без непосредственного руководства педагога, но по его заданиям и под его контролем.

Цель проведения самостоятельной работы со студентами – освоение теоретического материала по изучаемой дисциплине, углубление и расширение теоретических знаний; систематизация и закрепление полученных теоретических знаний и практических навыков студентов; формирование умений по поиску и использованию справочной и специальной литературы, а также других источников информации; развитие познавательных способностей и активности студентов, творческой инициативы, ответственности и организованности; формирование самостоятельности мышления, способностей к саморазвитию, самообразованию, самосовершенствованию и самореализации; развитие научно-исследовательских навыков; формирование умения применять полученные знания на практике (профессиональной деятельности).

Изучение курса предполагает такие формы самостоятельной работы, как:

- запись лекционного материала;
- подготовку к практическим занятиям;
- подготовку докладов и творческих заданий;
- подготовку к тестированию, контрольной работе,
- подготовку к зачету, экзамену.

Общим при подготовке к данным формам самостоятельной работы является изучение учебников и учебно-методической литературы.

Основной вид работы с книгой – чтение. При изучении нового надо стараться точно определить объем текста, с которым следует ознакомиться, постараться максимально полно и точно понять содержащуюся информацию. Текст читается целиком, темп – медленный, отдельные места перечитываются. В процессе чтения необходимо периодически останавливаться, вдумываться в прочитанное. Чтение должно сопровождаться словарной работой: непонятные и незнакомые слова, а также неизвестные термины должны уточняться по словарям и записываться в тетрадь. Если непонятен какой-либо фрагмент, следует перечитать его еще раз и уяснить, что именно вам непонятно: слово, выражение, мысль. Важно получить ответы на все возникшие вопросы: либо найти ответ в словарях, либо в других книгах, либо обратиться к специалистам.

По окончании изучающего чтения каждого параграфа необходимо записать в тетрадь определения понятий, основные положения, примеры. Чтение с записью прочитанного – условие серьезного и осознанного обучения.

Рекомендуются следующие формы работы с литературой:

- выделение наиболее важных понятий и повторное чтение их определений;
- запись в тетрадь точных формулировок основных понятий;
- составление конспекта.

Одним из эффективных путей совершенствования самостоятельной работы является использование студентом интернет-ресурсов, основными достоинствами которых являются: возможность реализации принципа индивидуальной работы; наличие быстрой обратной связи; большие возможности наглядного предъявления материала; вариативный характер и проблемность ситуаций; активность обучающихся; креативность.

Использование интернет-ресурсов в учебно-познавательной деятельности обучающихся в процессе самостоятельной работы продиктовано ориентированностью на развитие интеллектуальных умений (владение приемами мыследеятельности, сформированность различных видов мышления: системность, проблемность, критичность, рефлексивность, гибкость, диалогичность и др.) и исследовательских умений (анализировать, сравнивать, выдвигать гипотезу, осуществлять индукцию, дедукцию) студентов.

При самостоятельной работе студент может обратиться к Интернету для поиска необходимой литературы, практических примеров. Желательно вести поиск в разделах: электронные библиотеки, учебная литература, научная литература, рефераты, интернет-СМИ и др. Необходимо иметь в виду, что, работая с интернет-источниками, студент должен осваивать изучаемый раздел так же, как при использовании обычной учебной литературы.

### **Методические рекомендации по подготовке письменных работ**

Письменная работа – это самостоятельная работа студента, демонстрирующая не только его теоретическую подготовку, но и умение выбирать, анализировать и творчески преобразовывать исходный материал.

Этапы подготовки:

1. Выбор и согласование темы.
2. Изучение теоретических источников.
3. Подбор практических примеров, их анализ, трансформация.
4. Создание собственного проекта (материала) (в случае получения подобного задания).
5. Публичное представление работы.

#### Критерии оценивания

1. Оценка «отлично» выставляется студенту, если задание полностью выполнено (подобран и проанализирован теоретический материал, верно подобраны примеры, иллюстрирующие теоретические положения, представлены собственные наработки), студент уверенно представляет материал, защищает свою позицию.

2. Оценка «хорошо» выставляется студенту, если задание выполнено с небольшими недочетами (подобран и проанализирован теоретический материал, верно подобраны примеры, иллюстрирующие теоретические положения, представлены собственные наработки), студент уверенно представляет материал, защищает свою позицию.

3. Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если задание выполнено лишь частично (теоретический материал представлен неполно, примеры нуждаются в уточнении, собственные наработки выполнены некачественно), студент не всегда может защитить свою позицию.

4. Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, если задание не выполнено (теоретический материал не проанализирован, примеры подобраны неудачно, собственные наработки отсутствуют), студент не разобрался в материале, не может защитить свою позицию.

### **Методические рекомендации по подготовке к тестированию**

Тесты – это вопросы или задания, предусматривающие выбор ответа из нескольких предложенных эталонов ответа. Они основаны на изученном на предшествующих занятиях материале. Подготовка к тестированию способствует более глубокому изучению программного материала,

закреплению знаний, развитию умения самостоятельно анализировать теоретические и практические аспекты дисциплины.

Для подготовки к тестированию необходимо изучить литературу по выбранной теме, повторить лекционный материал, перечитать опорный конспект, созданный в рамках подготовки к практическому занятию, выучить термины.

Тестирование проводится на практическом занятии. Преподаватель оговаривает время, отведенное для работы, после чего выдает студентам распечатанные тестовые материалы. Студент указывает в верхнем правом углу фамилию, номер группы. Затем выбирает правильный вариант ответа на каждый вопрос, обводит его. Исправления в тексте допускаются, но они нежелательны, поскольку демонстрируют неуверенность студента в собственных знаниях материала. Поэтому в случае сомнения, необходимо пропустить вопрос, а затем, после завершения работы, вернуться к нему. Необходимо также заложить время на проверку, чтобы избежать механических ошибок.

#### Критерии оценивания

За каждый правильный ответ студент получает определенное количество баллов. Максимальное количество баллов в тестах различается в зависимости от характера теста. При оценивании количество правильных ответов соотносится с процентной шкалой:

«Отлично» – 100-90 % верных ответов

«Хорошо» – 89 – 70 % верных ответов

«Удовлетворительно» – 69-45 % верных ответов

«Неудовлетворительно» – менее 45 % верных ответов

#### **Методические рекомендации по подготовке и сдаче экзамена**

Экзамен — проверочное испытание по учебному предмету, итог освоения дисциплины, оценка результатов учебного процесса.

Цель экзамена — завершить курс изучения дисциплины, оценить уровень полученных студентом знаний.

Основные функции экзамена: обучающая, оценивающая и воспитательная.

Обучающее значение экзаменов состоит в том, что студент в период экзаменационной сессии вновь обращается к пройденному учебному материалу, перечитывает конспект лекций, практик, учебник, иные источники информации. Он не только повторяет и закрепляет полученные знания, но и получает новые. Именно во время подготовки к экзаменам «старые» знания обобщаются и переводятся на качественно новый уровень — на уровень системы как упорядоченной совокупности данных. Правильная подготовка к экзамену позволяет понять логику всего предмета в целом.

Оценивающая функция экзаменов заключается в том, что они не только обучают, но и подводят итоги знаниям студентов (что выражается в конкретной оценке). В определенной степени преподаватель-экзаменатор, выставив оценку студенту, оценивает (часто самокритично) и результаты своей деятельности.

Воспитательная функция проявляется в том, что подготовка и сдача экзамена стимулирует трудолюбие, принципиальность, ответственное отношение к делу, развивают чувство справедливости, уважения к науке, вузу и преподавателям.

При подготовке к экзамену студенту необходимо:

- Обратиться к изученному в семестре лекционному и практическому материалу, перечитать учебники и учебные пособия, рекомендованные преподавателем. Следует помнить, что для успешной сдачи экзамена необходимо разумное сочетание запоминания и понимания, простого воспроизводства учебной информации недостаточно.

- Составить план-конспект ответа (тезисы) по каждому вопросу с целью его оптимизации, формирования его структуры, вычленения главного, а также для лучшего запоминания материала.

- Заучить наизусть термины курса. Любая наука имеет свою систему понятий, которые не следует пытаться объяснить обыденным языком (своими словами), так как это приведет к искажению содержания рассматриваемых проблем.

- Продумать практические примеры, которыми можно проиллюстрировать то или иное теоретическое положение.

К экзамену необходимо начинать готовиться с первой лекции, с первого практического занятия по данному курсу. Однако далеко не все студенты сразу хотят «включаться» в такую долгосрочную и трудоемкую работу. Чаще они выбирают «штурмовой метод», когда факты закрепляются в памяти в продолжение немногих часов или дней и лишь для того, чтобы побыстрее сдать экзамен. Однако представления, полученные таким способом, не могут дать истинных знаний. Знания, приобретенные с помощью подобного метода, как правило, менее прочные и надежные, бессистемные и формальные. Материал же, набираемый памятью постепенно, день за днем, освещенный критическим анализом, связанный ассоциациями с другими событиями и фактами и неоднократно подвергавшийся обсуждению, образует качественные знания.

В процессе проведения экзамена студент вытягивает билет, содержащий два вопроса из разных тематических блоков. Время на подготовку в экзамену – 40 минут. В этот период студент может составить план-конспект ответа, подобрать примеры, иллюстрирующие теоретические положения. Следует помнить, что ответ должен быть емким, но кратким, так как приблизительное время ответа – 10-15 минут. На экзамене преподаватель может задать студенту дополнительные и уточняющие вопросы. Если первые выходят за рамки экзаменационного билета и связаны, как правило, с плохим ответом, то вторые касаются содержания билета и направлены на уточнение высказанных суждений. Дополнительные вопросы, как правило, задаются в том случае, если у студента имеются пропуски лекционных и практических занятий, несданные творческие работы, неудовлетворительные оценки по контрольным и тестовым работам и др.

Отдельно следует отметить, что при выставлении экзаменационной оценки, учитывается работа студента в семестре: посещение лекций, работа на практических занятиях, наличие сданных творческих работ, выступления с докладами, результаты контрольных работ и тестирования.

#### Критерии оценивания знаний на экзамене

Оценка «отлично» выставляется студенту, глубоко и прочно усвоившему программный материал, исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно его излагающему, умеющему увязать теорию с практикой, владеющему терминологией. При этом студент не затрудняется в ответе при видоизменении задания, свободно справляется с вопросами, правильно обосновывает принятые решения, владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических работ. Также учитывается систематическая работа на всех практических занятиях, ведение конспектов лекций, выполнение всех заданий своевременно и в соответствии с требованиями.

Оценка «хорошо» выставляется студенту, который твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его, не допускает существенных неточностей в ответе на вопрос, правильно применяет творческие положения при решении практических вопросов, владеет необходимыми навыками и приемами их выполнения. Не имеет задолженностей по текущему контролю.

Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, который имеет знания только основного материала, но не усвоил его деталей, допускает неточности в формулировках понятий, нарушения в последовательности изложения программного материала и испытывает затруднения в увязывании теории с практикой. Имеет незначительные задолженности по текущему контролю.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, который не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы, а также имеет задолженности по текущему контролю.

#### **Методические рекомендации по подготовке и сдаче зачета**

Зачет — проверочное испытание по учебному предмету, итог освоения дисциплины, оценка результатов учебного процесса.

Цель зачета — завершить курс изучения дисциплины, оценить уровень полученных студентом знаний.

Основные функции зачета: обучающая, оценивающая и воспитательная.

Обучающее значение зачета состоит в том, что студент в период подготовки вновь обращается к пройденному учебному материалу, перечитывает конспект лекций, практик, учебник, иные источники информации. Он не только повторяет и закрепляет полученные знания, но и получает новые. Именно во время подготовки к зачету «старые» знания обобщаются и переводятся на качественно новый уровень — на уровень системы как упорядоченной совокупности данных. Правильная подготовка к зачету позволяет понять логику всего предмета в целом.

Оценивающая функция зачета заключается в том, что он не только обучает, но и подводит итоги знаниям студентов. В определенной степени преподаватель, выставив оценку студенту, оценивает (часто самокритично) и результаты своей деятельности.

Воспитательная функция проявляется в том, что подготовка к зачету и его сдача стимулируют трудолюбие, принципиальность, ответственное отношение к делу, развивают чувство справедливости, уважения к науке, вузу и преподавателям.

При подготовке к зачету студенту необходимо:

- Обратиться к изученному в семестре лекционному и практическому материалу, перечитать учебники и учебные пособия, рекомендованные преподавателем. Следует помнить, что для успешной сдачи зачета необходимо разумное сочетание запоминания и понимания, простого воспроизводства учебной информации недостаточно.

- Составить план-конспект ответа (тезисы) по каждому вопросу с целью его оптимизации, формирования его структуры, вычленения главного, а также для лучшего запоминания материала.

- Заучить наизусть термины курса. Любая наука имеет свою систему понятий, которые не следует пытаться объяснить обыденным языком (своими словами), так как это приведет к искажению содержания рассматриваемых проблем.

- Продумать практические примеры, которыми можно проиллюстрировать то или иное теоретическое положение.

К зачету необходимо начинать готовиться с первой лекции, с первого практического занятия по данному курсу. Однако далеко не все студенты сразу хотят «включаться» в такую долгосрочную и трудоемкую работу. Чаще они выбирают «штурмовой метод», когда факты закрепляются в памяти в продолжение немногих часов или дней и лишь для того, чтобы побыстрее сдать зачет. Однако представления, полученные таким способом, не могут дать истинных знаний. Знания, приобретенные с помощью подобного метода, как правило, менее прочные и надежные, бессистемные и формальные. Материал же, набираемый памятью постепенно, день за днем, освещенный критическим анализом, связанный ассоциациями с другими событиями и фактами и неоднократно подвергавшийся обсуждению, образует качественные знания.

В процессе проведения зачета, преподаватель проводит собеседование по разным вопросам курса. Время на подготовку к собеседованию – 20 минут. В этот период студент может составить план-конспект ответа, подобрать примеры, иллюстрирующие теоретические положения. Продолжительность собеседования – 10 минут. Следует помнить, что ответы на вопросы должны быть емкими, но краткими.

Отдельно следует отметить, что при выставлении зачета, учитывается работа студента в семестре: посещение лекций, работа на практических занятиях, выступления с докладами, результаты контрольных работ и тестирования. В случае, если у студента имеются пропуски лекционных и практических занятий, студент должен предоставить преподавателю конспекты по пропущенным темам и быть готовым к опросу по ним.

#### Критерии оценки знаний на зачете

Зачтено выставляется студенту, усвоившему программный материал, исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно его излагающему, в ответе которого тесно увязывается теория с практикой. Также учитывается систематическая работа на занятиях, выполнение всех видов заданий своевременно и в соответствии с предъявляемыми требованиями.

Не зачтено выставляется студенту, который не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями отвечает на вопросы, а также имеет задолженности по различным видам занятий и заданий.

#### **Методические рекомендации для студентов заочной формы обучения**

Особенностью заочного обучения состоит в том, что объем самостоятельной работы студента значительно превышает объем аудиторных занятий с преподавателем. Поэтому большая часть курса осваивается студентом самостоятельно.



Для успешного освоения дисциплины при заочном обучении необходимо тщательное изучение научной литературы по курсу. Рекомендуется составление опорного конспекта по темам курса. Конспект также поможет при подготовке к экзамену/зачету.

Особое внимание следует уделить подготовке контрольной работы (в случае, если она предусмотрена учебным планом). Тема контрольной работы выбирается студентом из предложенного списка и согласуется с преподавателем. После выбора темы студент составляет план работы, который также должен быть согласован с преподавателем.

Структура контрольной работы включает:

- титульный лист;
- содержание;
- введение;
- основную часть;
- заключение;
- список использованной литературы.

Необходимым условием является изучение основных и подбор дополнительных источников по теме работы. В случае необходимости, студент должен обратиться за консультацией к преподавателю.

При написании работы должен быть использован научный стиль изложения. Текст должен отличаться логичностью. Ошибки (орфографические, синтаксические, лексические и др.) не допускаются.

Контрольная работа сдается на проверку не позже чем за 10 дней до даты проведения зачета/экзамена. В случае неудовлетворительной оценки при проверке студент должен выполнить контрольную работу на другую тему или существенно переработать представленную.

Объем работы – 10-15 печатных страниц, шрифт Times New Roman, размер 14, интервал 1,5. Поля: верхнее, нижнее – 2, правое – 1,5, левое – 3. Требования к оформлению контрольной работы (титул, список использованной литературы) совпадают с требованиями к оформлению курсовых работ (Стандарта организации СТО СМК 4.2.3.21 «Оформление выпускных квалификационных и курсовых работ (проектов)»).

### **Критерии оценки контрольных работ при заочной форме обучения**

Оценка «отлично» выставляется за контрольную работу, если тема работы раскрыта полностью, использованы рекомендованные и дополнительные источники. Объем работы соответствует требованиям. Работа логична. Ошибки отсутствуют. Соблюдены требования к оформлению работы. Работа сдана в срок.

Оценка «хорошо» выставляется за контрольную работу, если тема работы раскрыта полностью, но присутствуют отдельные недочеты. Использовано большинство рекомендованных источников, подобрана дополнительная литература. Объем работы соответствует требованиям. Работа в целом логична. Количество ошибок незначительно. Соблюдены требования к оформлению работы. Работа сдана в срок.

Оценка «удовлетворительно» выставляется за контрольную работу, если тема работы раскрыта не в полном объеме. Использованы не все рекомендованные источники, дополнительная литература не подобрана. Объем работы в целом соответствует требованиям. Работа логична, но присутствуют отдельные нарушения в последовательности в изложении материала. Присутствуют орфографические, синтаксические и др. ошибки. Требования к оформлению работы в целом соблюдены. Работа сдана с незначительным нарушением сроков.

Оценкой «неудовлетворительно» выставляется в том случае, если большая часть требований, предъявляемых к подобного рода работам, не выполнена.

### **Критерии оценки конспекта при заочной форме обучения**

Оценка «отлично» выставляется за конспект, если тема раскрыта полностью, конспект составлен с использованием рекомендованных и дополнительных источников. Конспект логичен. Теоретические ошибки отсутствуют. Конспект предоставлен в срок, указанный преподавателем.

Оценка «хорошо» выставляется за конспект, если тема раскрыта полностью, но присутствуют отдельные недочеты. Конспект составлен с использованием большинства рекомендованных источников. Конспект логичен. Теоретические ошибки незначительны. Конспект предоставлен в срок, указанный преподавателем.

Оценка «удовлетворительно» выставляется за конспект, если тема раскрыта не полностью, конспект составлен с использованием незначительного количества рекомендованных источников. Конспект не логичен. Присутствуют теоретические ошибки. Конспект предоставлен с нарушением сроков, указанных преподавателем.

Оценкой «неудовлетворительно» выставляется в том случае, если большая часть требований, предъявляемых к подобного рода работам, не выполнена.

## СОДЕРЖАНИЕ

Краткое изложение лекционного материала	3
Задания к практическим занятиям	13
Материалы для оценки знаний, умений, навыков	18
Методические рекомендации для студентов по изучению дисциплины	26