

Учреждение образования  
«Белорусский государственный университет культуры и искусств»

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

СОГЛАСОВАНО

Заведующий кафедрой

 Н.Е. Петушко  
«21» 12 2022 г.

СОГЛАСОВАНО

Зам. декана факультета

 А.М. Стельмах  
«26» 12 2022 г.

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИЙ КОМПЛЕКС ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ

**ИСТОРИЯ И ТЕОРИЯ КОММУНИКАЦИЙ**

для специальности 6-05-0314-03 Социально-культурный менеджмент и коммуникации

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

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

«26» 12 2022 г., протокол № 5

## РЕЦЕНЗЕНТЫ:

*Е. А. Криштаносова*, доцент кафедры культурологии учреждения образования «Белорусский государственный университет культуры и искусств», кандидат культурологии, доцент;

*кафедра* культурологии учреждения образования «Белорусский государственный университет»

Рассмотрен и рекомендован к утверждению:

*кафедрой межкультурных коммуникаций и рекламы*

*(протокол от 21.12.2022 № 5)*

**ОГЛАВЛЕНИЕ**

1. ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА .....	4
2. ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ.....	6
2.1 Тезисы лекций .....	6
3. ПРАКТИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b> 5
3.1 Тематика семинарских занятий .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b> 5
4. РАЗДЕЛ КОНТРОЛЯ ЗНАНИЙ.....	76
4.1 Перечень тем заданий .....	76
4.2 Перечень вопросов к экзамену .....	80
4.3 Критерии оценки результатов учебной деятельности студентов .....	84
5. ВСПОМОГАТЕЛЬНЫЙ РАЗДЕЛ.....	86
5.1 Учебно-методическая карта учебной дисциплины для дневной формы получения высшего образования .....	86
5.2 Учебно-методическая карта учебной дисциплины для заочной формы получения высшего образования .....	89
5.3 Основная литература.....	91
5.4 Дополнительная литература .....	92

## 1. ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Электронный учебно-методический комплекс (далее – ЭУМК) по учебной дисциплине «История и теория коммуникаций» содержит материалы по темам вышеназванной дисциплины, теоретическим и семинарским занятиям, самостоятельной работе и предназначен для студентов I курса дневной и заочной формы получения образования, обучающихся по специальности 6-05-0314-03 Социально-культурный менеджмент и коммуникации.

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

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

*Задачи ЭУМК:*

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

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

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

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

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

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

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

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

Учебным планом по учебной дисциплине «История и теория коммуникаций» предусмотрено 100 часов, из них 54 часа – аудиторные. Примерное распределение часов по видам занятий: лекционных – 34, семинарских – 20 часов. Рекомендуемой формой контроля знаний студентов является экзамен.

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

## 2. ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ

### 2.1 Тезисы лекций

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

*Вопросы:*

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

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

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

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

6. Формирование базового уровня готовности к осуществлению эффективной профессиональной деятельности с помощью коммуникаций.

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

1. Способствуют управлению организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников и проектами в области международных культурных связей и в области рекламы и общественных связей;

2. Содействуют в проведении прикладных социокультурных исследований и управлении социокультурными процессами, а также подготовке различных аналитических материалов, необходимых для осуществления профессиональной деятельности;

3. Дают возможность овладеть методами стратегического анализа поведения потребителей культурных продуктов и услуг в социокультурной среде;

4. Способствуют обобщению и критической оценке результатов исследований актуальных проблем управления учреждениями и организациями социокультурной сферы, полученные белорусскими и зарубежными исследователями;

5. Содействуют предоставлению результатов исследования в области актуальных проблем управления учреждениями и организациями социокультурной сферы в виде научного отчета, статьи или доклада;

6. Способствуют проведению самостоятельных исследований в области актуальных проблем управления учреждениями и организациями социокультурной сферы.

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

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

Субъектами коммуникации выступают члены общества, социокультурные, политические, экономические институты, социальные группы, общественные и общественно-политические движения,

международные сообщества и организации, географически обозначенные регионы, государства.

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

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

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

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

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

Целью коммуникации с позиции политологической научной парадигмы является передача, перемещение, оборот значимой в политическом контексте информации: сведений, которые в процессе общественно-практической деятельности используют взаимодействующие граждане, группы, институты.

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

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

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

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

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

**Тезисы лекций по теме 2: «Возникновение и развитие  
коммуникационной культуры общества»**

(2 часа)

*Вопросы:*

1. Словесность, книжность, мультимедийность как типы коммуникационной культуры общества и их основные характеристики.
2. Словесность: особенности общинной коммуникационной системы, средства передачи информации, основные каналы, функции.
3. Письменность в качестве нового коммуникационного канала: основные характеристики.
4. Основные характеристики книжности, особенности развития и становления.
5. Мультимедийность как феномен коммуникационной культуры XXI века.

Типы коммуникаций – это классификация коммуникаций, основанная на выделении определенной модели.

Принято разделять три типа коммуникационной культуры общества в соответствии с критерием информационной самоорганизации общества.

*Словесность* – такой уровень коммуникационной культуры, когда все культурные смыслы передаются в социальном пространстве и времени посредством устной коммуникации (соответствует дописьменный тип цивилизации по способу информационной самоорганизации общества).

*Книжность* – такое состояние культуры, когда основные (*не все!*) культурные смыслы передаются посредством документной коммуникации (письменный тип цивилизации).

*Мультимедийность* достигается, когда основные культурные смыслы передаются посредством электронной коммуникации (экранный тип цивилизации).

Так, общинная коммуникационная система периода словесности обладает следующими характеристиками:

- все члены общины выступают в роли и коммуникантов (отправителей), и реципиентов (получателей);
- равенство и социальная однородность (бесклассовость) первобытных общин;
- синкретизм (слитностью) вербальных, музыкальных, иконических каналов в языческих ритуальных действиях;
- обожествление слова;
- передача сообщения при помощи устной речи;

- естественные каналы коммуникации (жесты, мимика, пантомима, речь, орнамент и схематизированный рисунок);
- отсутствие коммуникационных служб.

Таким образом, словесность обеспечивала консолидацию членов общины: люди, не владевшие общинным языком, представлялись им «немыми» или вовсе «нелюдьми»; организацию общественной жизни, трудовую кооперацию, обыденное взаимодействие; функционирование социальной памяти: передача из поколения в поколение социальных норм и традиций, полезных знаний, умений и практического опыта.

Письменность – новый коммуникационный канал, востребованный культурой. Большинство ученых склоняется к однолинейной эволюции письменности: сперва предметное письмо (символы, изображения, узелковое письмо), доходящее до пиктограмм (рисуночное письмо), затем на базе пиктограмм – иероглифы, слоговое и буквенно-фонетическое письмо.

Первые памятники письменности относятся к IV-III тысячелетию до н.э. Очагами письменности стали древнейшие локальные цивилизации: древнеегипетская, месопотамская (шумеро-ассиро-вавилонская), индусская, критская (минойская, эгейская) и древнекитайская.

*Значение письменности:*

- преобразование всех областей духовного творчества, обожествление слова (язычество сменили мировые религии);
- возникновение социальной дифференциация населения по принципу «грамотный-безграмотный»;
- появление авторской литературы;
- появление социальных групп, занятых умственным трудом;
- возникновение науки (классических философских учений и исторических произведений высокой научной значимости), то есть появление документированной социальной памяти;
- письменность положила начало распространению знаний и просвещения;
- зарождение книжного дела благодаря переписчикам манускриптов, книжных лавок, библиотек различных типов;

Отметим, что первые книги, состоящие из длинных свитков данной бумаги, появляются в Египте, данный способ переходит в Древнюю Грецию и Древний Рим, где книжное дело стояло высоко. Кроме того, функционировали частные библиотеки, в Риме были большие и малые книжные лавки, а при больших магазинах имелись скорописцы, с помощью услуг которых можно было издать собственное сочинение.

Падение Римской империи повлекло за собой закрытие папирусных фабрик: В Европе папирус становится дорогим, и для церковной литературы стали вновь использовать папирус, листы которого соединяют и они напоминают форму современной книги.

С III-VII вв. пергамент окрашивали, рукопись писалась разведенным серебром, а заглавные буквы – разведенным золотом. Вследствие этого книга стоила дорого и была доступна только светскому сословию.

На белорусские земли книга пришла вместе с Христианским учением, книги были посвящены исключительно богослужению. Просвещение при помощи книг велось в основном духовенством и немногочисленными представителями светского общества, а книжное дело сосредотачивается при монастырях. Согласно слов Кирилла Туровского, представители светского общества считали, что «не наше есть дело почитание книжное...».

Необходимо отметить, что печатный станок был изобретен Иоганном Гуттенбергом (1394 или 1399-1468) из города Майнца. Первые книги, отпечатанные Гуттенбергом, относятся к 1445 году.

*Характерные черты книжной культуры, господствовавшей в XVI-XVIII веках, видятся в следующем:*

1. Мануфактурные книги количественно и качественно отличались от манускриптов.
2. За первые 50 лет книгопечатания европейцы получили в свое распоряжение больше книг, чем за две тысячи лет книжного рукописания.
3. Доступность книги постепенно росла, что означало демократизацию книжного рынка.
4. Печатные книги рассчитывались на молчаливое чтение «про себя». Соответственно изменилось оформление текста: появились названия, разбивка на главы и разделы, спуски, поля, пробелы между словами, красочные иллюстрации.
5. Изменился литературный язык и стиль изложения, которые приспособлялись к восприятию зрением, а не слухом.
6. Книгу стали рассматривать не как пособие для устной речи, а как непосредственный источник знания.
7. Книга стала орудием светского просвещения.
8. Возник ряд специализированных социальных институтов, в том числе: книгоиздательский (редакционная подготовка + полиграфическое размножение документов), книготорговый, библиотечный и библиографический.
9. Возникло словарно-справочное дело.

*Характерные особенности индустриальной книжной культуры XIX – первой половине XX века:*

1. Книгопечатание включает три полиграфических процесса: изготовление печатной формы, печатание тиража, выполнение брошюровочно-переплетных работ.

2. Индустриальное производство основано на механизации всех полиграфических процессов, сводя к минимуму участие в них типографских работников. В этом состоит принципиальное отличие индустриального книгопечатания от мануфактурного.

3. Мощности машинного полиграфического и бумажного производства позволяют, наряду с расширением книгоиздания, обеспечить невиданный рост журнально-газетной продукции.

4. С XIX века источником новостей сделалась газета. Коммуникантами, формирующими общественное мнение, стали редакции газет и журналов.

*Характерные особенности индустриальной книжной культуры во второй половине XIX века:*

1. Пресса, иллюстрированные газеты и журналы способствовали росту просвещенности населения, но вместе с тем приводили к упрощению, массовости и стандартизации духовных потребностей (возникновение массовой аудитории).

2. Период завершения коммерциализации и профессионализации социально-коммуникационных институтов: литераторы и художники все больше превращаются в служащих по найму, подобно другим специалистам.

*Характерные особенности индустриальной книжной культуры XX века:*

1. Формирование национальных библиотек и национальной библиографии.

2. Возникновение массового спроса на различную литературу, на который стало ориентироваться массовое производство для удовлетворения запросов массовой аудитории.

3. Средства массовой коммуникации проявили себя как мощное орудие управления людьми: реклама, пропаганда, паблик рилейшенз, информационные технологии стали предметом профессиональных занятий.

4. Появление информационных войн.

Отметим, что машинная полиграфия в XXI веке постепенно уступает место мультимедийным телевизионно-компьютерным каналам. Однако, новые коммуникационные средства лишь дополняют индустриальную книжность, но не заменяют ее.

*Основные черты мультимедийности:*

1. Замена линейного текста нелинейным гипертекстом.

В гипертекст в качестве смысловых элементов могут включаться не только отдельные слова, фразы или документы, но и изображения, музыкальное сопровождение – все средства мультимедиа. В итоге человек из читателя превращается в пользователя мультимедийной культуры, оперирующей письменной и устной речью, изображениями любых видов, кино- и видеороликами, таблицами и схемами, созданными по его требованию.

2. Введение смыслового диалога «человек – компьютер».

Имеются в виду не подсказки, напоминания или запреты, а именно смысловая коммуникация человека и компьютера

Исследование интеллектуальных возможностей компьютеров, проблемы искусственного интеллекта, позволяет сделать следующие выводы:

- Интеллект компьютера зависит от того, какими знаниями программисты могут его наполнить.
- Компьютерам чужды эмоции и желания, они не обладают эмоционально-волевой сферой.
- Люди могут понимать друг друга вообще без слов, что компьютеру недоступно.

***Тезисы лекций по теме 3: «Коммуникации в эпоху Античности»  
(2 часа)***

*Вопросы:*

1. Особенности письменности в Древней Греции и Древнем Риме. Античные библиотеки и их функционирование.

2. Ораторское искусство Древней Греции: софистика, основные положения и представители. Значение софистики для развития коммуникаций.

3. Культура древнегреческого античного диалога: учения Платона, Сократа, Аристотеля и др. и их научный вклад в развитие коммуникаций.

4. Ораторское искусство Древнего Рима: теоретические и практические принципы ораторского искусства в учении Квинтилиана, Цицерона, Сенеки и др.

5. Риторские школы и их программа обучения.

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

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

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

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

В Греции и в Риме имелись также публичные, то есть общедоступные библиотеки. Создавались и весьма значительные частные собрания, функционировала книжная торговля. Однако сохранности античной литературы угрожали войны и катастрофы, наподобие извержения Везувия 24 августа 79 г. н.э., погубившего римские города Помпеи, Геркуланум и Стаби. Колоссальный урон всей древней культуре нанесло нашествие варваров на рубеже Античности и Средневековья. Следует отметить, что римская литература, как более молодая, сохранилась лучше, чем греческая.

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

Древнегреческие софисты, сфера деятельности которых охватывала социальные вопросы, стали учить побеждать противника в спорах. Софисты

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

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

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

Однако против утверждения софистов об относительности истины выступал Сократ, который считал, что абсолютная истина имеет божественное происхождение и она выше всех человеческих суждений. Именно благодаря Сократу одним из главных оснований любой речи стал рассматриваться этос – нравственное начало, заложенное в слове.

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

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

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

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

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

Кроме того, в задачу оратора входит расположить к себе слушателей, изложить существо дела, установить проблемный вопрос, подкрепить свое положение аргументами, опровергнуть мнение противника, а в заключении придать блеск своим положениям.

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

Великий Квинтилиан делит риторику на пять частей: изобретение; расположение; словесное выражение; память; произнесение, а речи – на три вида: похвальные или порицательные; рассуждающие; судебные. Кроме того,

Квинтилиан дает продуманные советы для оратора, желающего улучшить свое мастерство, и доказывает, что способность хорошо говорить достигается чтением, писанием и частым упражнением в судебных делах. Оратор доказывает необходимость подражания, которое для человека – совершенно естественно, замечая, что бездумное подражание закрывает путь к новым открытиям.

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

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

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

#### *Тезисы лекций по теме 4 «Коммуникационные процессы в Средние века» (2 ч.)*

*Вопросы:*

1. Средневековая герменевтика: сущность и основные характеристики.
2. Герменевтика Александрийской и Антиохийской школы: основные положения и представители (Климент Александрийский, св. Иероним, Ориген, Филон, Юлий Африканский, св. Епифаний, Евсей Кесарский и др.).
3. Влияние религиозных догм на теоретические основания средневековой риторики.
4. Исследования гомилетики как науки о церковном проповедничестве: коммуникативный аспект.

*Герменевтика* (от греч. ἐρμηνεύω – объясняю) сумма принципов толкования книг.

Герменевтика зародилась в культуре народов примитивной цивилизации. Так, обряды посвящения молодых членов общины сопровождаются толкованием мифов и ритуальных символов. В древневосточной и античной культурах жрецы и мудрецы объясняли слова прорицателей и письменно фиксировали эти объяснения.

Начало искусству герменевтики было положено греческими философами, которые задавались целью отыскать глубинный смысл в мифах и в текстах. Однако зачастую лишь использовали мифы для изложения собственных взглядов.

В Средние века труды по герменевтике сосредоточиваются вокруг Библии. Герменевтика тесно связана с проблемой понимания.

С самого начала христианской эпохи христиане интерпретировали Священное Писание (Ветхий, а, по мере его написания, и Новый Завет). Крупнейшими герменевтическими школами того периода были Александрийская и Антиохийская школы.

Яркими представителями *Александрийской школы* герменевтики являются Климент, Филон Александрийский, св. Иероним и Ориген. Отличительными особенностями Александрийской герменевтической школы является следующее:

1. Опирались на богатую античную традицию аллегорического толкования сакральных текстов.
2. Основное внимание уделялось духовным, небуквальным способам толкования, то есть богословско-метафизическим концепциям, которые строились на основе интерпретации христианского учения.
3. Проявляли малый интерес к историческим событиям: интерес к внутреннему опыту самого Интерпретатора.
4. Осуществляли поиск аллегорического смысла текста в тех местах, которые являются неясными, либо дословный смысл которых является, по богословским соображениям, неприемлемым для читателей.
5. Интерпретировали тексты свободно и произвольно.

В свою очередь, к знаковым фигурам *Антиохийской школы* герменевтики необходимо причислить Юлиа Африканского, св. Епифания, Евсея Кесарского. Особенности Антиохийской школы герменевтики заключаются в следующем:

1. Сосредоточение внимания на буквальном, историческом смысле библейского текста и тем нравственным урокам, которые можно из него извлечь.
2. Опора на конкретно-историческую обстановку, в которой писался текст, важность точного знания событий прошлого.
3. Выделение необходимости в дословном понимании текста, согласованного с «общим смыслом» Священного Писания.
4. Понимание слова как знака, указывающего на «вещь», предмет и на объективное отношение между вещами.

5. Отрицание аллегорического «парения» мысли трактователя: текст интерпретируется для того, чтоб дать человеку осознание своего ничтожества перед лицом Всемогущего Бога.

Золотым веком «духовного красноречия» считается IV столетие: возникает *гомилетика* – наука о христианском церковном проповедничестве. Данное направление поддерживается мощным авторитетом церкви.

Основной причиной возникновения гомилетики стала необходимость *внятно излагать основные принципы вероучения* на языке, привычном для субъектов культуры. С этой целью стали организовываться религиозные диспуты, на которых ораторы-христиане должны были доказывать истинность нового учения и тем самым окончательно поколебать авторитет уходящего язычества.

Ключевые *черты средневековой риторики*:

1. Духовное красноречие стало мощным инструментом церкви по защите и укреплению своих позиций и сильным средством воздействия на народные массы.

2. Целью являлся пересказ церковных догматов, толкование библейских легенд, воспитание прихожан в духе смирения и покорности.

3. Основным методом влияния на слушателей становится не убеждение, а внушение.

4. С появлением университетов в XI – XII веках зарождается университетское красноречие, которое развивается под влиянием церкви.

5. Господствующее положение в науке занимает схоластика – религиозная философия, опирающаяся на церковные авторитеты и черпающая доказательства из Священных книг и текстов.

6. В теоретическом смысле средневековая риторика держится правил Аристотеля и Цицерона, перерабатывая их теории для сочинения писем (посланий) и проповедей.

Отличительными *особенностями средневековой риторики на восточнославянских землях* (на территории современных России и Беларуси) является следующее:

1. Не смотря на имевшиеся в распоряжении переводные византийские и южнославянские образцы, авторы стремятся по-своему осмыслить факты действительности, выйти за пределы традиционной тематики, стать ближе к современности, к истории своего народа.

2. Отсутствие периода ученичества: сочинения первых восточнославянских риторов (митрополита Илариона, Феодосия Печерского, Кирилла Туровского) характеризуются совершенством формы, глубиной идей, новизной поэтических находок.

3. Практики устного публичного выступления не получила широкого распространения;

4. Речи создавались, прежде всего, как письменные памятники, рассчитанные не на сиюминутное произнесение, а на чтение и длительное размышление: авторы часто обращаются к «слушающим и читающим».

5. Развилось два направления красноречия:

- *Дидактическое (учительское)*, ставящее своей целью воспитание высоких моральных качеств и идеалов гражданского служения, а так же объяснение новых понятий. Ораторы, ориентируясь на простых людей, говорили просто, почти не прибегая к цитированию авторитетных источников. В сочинениях содержались требования скромности, трудолюбия, заботы о семье и родителях, стремления к знаниям, отвращения от пьянства.

- *Панигирическое (торжественное)*, приуроченное к знаменательным датам церковной истории, событиям государственного значения, таким как успешный поход против врага или строительству собора.

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

*Вопросы:*

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

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

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

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

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

Возникшая в эпоху Возрождения потребность перевода Библии на национальные языки приводит к появлению филологии различных народов. В данный период исследуются особенности грамматики и лексики языков, соотношение диалектных и литературных форм. Книги, написанные в эпоху Возрождения, отличаются высокой художественностью, концентрации на

внутреннем мире человека, следованием античным высоким идеалам и эмоциональностью. Книга становится инструментом светского просвещения, а книгопечатание создало условие для роста нового «языкового строительства» по принципу «единство речи и письма». Возросший авторитет письменного, а затем и печатного слова определили ведущую роль книгопечатания.

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

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

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

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

В эпоху Просвещения происходит бурное развитие науки, развитие экономической деятельности, духовной жизни. Рост национального самосознания вызвал необходимость развития национального языка и как средства укрепления нации, и как одного из важнейших компонентов национальной культуры. Утверждаются национальные языки, вытесняется латынь как язык научных текстов, государственных указов, узкоспециальных правовых документов, литературы.

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

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

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

В свою очередь, ученый *Дж. Локк*, считал, что все знания проистекают из опыта: опыта внешнего (ощущения личности) и внутреннего (рефлексия). Мысль, согласно утверждения ученого, нужно облечь в воспринимаемыми органами чувств знаки – то есть в слова – состоящие из звуков и воспринимаемые таким органом чувств как слух.

Таким образом, слово является чувственно воспринимаемым знаком мысли, а его прикладное значение заключается в способности выразить понятие или представление.

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

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

Ученый выдвигает теорию комбинаторного метода, основанного на том, что все сложные понятия являются результатом комбинаций простых

идей: вначале идут термины первого порядка – простые понятия, за ними – термины второго порядка (пары простых понятий), затем третьего – термины первого и второго порядка в определенных комбинациях. Для письменных и устных текстов ученым были предложены цифры вместо звуков и букв.

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

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

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

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

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

***Тезисы лекций по теме 6 «Исследования коммуникационных процессов в XIX – первой трети XX вв.»***

***(2 часа)***

*Вопросы:*

1. Герменевтические принципы, отраженные в концепции Ф. Шлейермахера: «субъект-субъектная» коммуникация и ее основные характеристики.
2. Коммуникативная проблематика в исследованиях Г. Гегеля, И. Фихте, А. Шопенгауэра и др.
3. Основные положения критики языка в теории Ф. Ницше.
4. Исследование языка в трудах Ф. де Соссюра, Ч. Пирса, Л. Витгенштейна и др.
5. Диалог и его основные характеристики в исследованиях М. Бубера, М. Бахтина и др.

Великий Вильгельм Дильтей назвал Ф. Шлейермахера создателем «всеобщей науки герменевтики». Герменевтика Ф. Шлейермахера сформировалась под влиянием интерпретации художественных произведений периода Античности. Сам Ф. Шлейермахер называет герменевтику «учением об искусстве».

*Основные положения концепции Ф. Шлейермахера:*

1. Считал, что настоящая герменевтика всегда связана с научным прозрением и является синтезом наук: диалектики (науки о единстве знания), грамматики (общей науки о языке), риторики (науки об искусстве речи) и критики (науки об определении подлинности текстов).
2. Объектом герменевтики является речь, так как генетически текст возникает из речи.
3. Метод толкования текста определяет как «пророческий», суть которого – превращение толкователя в того, чью речь он толкует: то есть индивидуальность автора познается на основании индивидуальности толкователя.
4. Правильно понять отдельное место текста можно только в связи с целым текстом (необходимо проследить, какую роль отдельное место играет в общей композиции произведения, как оно возникает из предыдущего и как вливается в последующее изложение).
5. Для понимания смысла человеку необходима творческая интуиция.
6. Открыл «принцип герменевтического круга», где целое (текст) понимается из его частей, а часть только в связи с целым.

Данный принцип называют герменевтическим кругом, состоящим из внешнего круга (авторская речь, текст) и внутреннего круга, существующего

внутри самого текста (контекст, где смысл слова определяется взаимосвязью с другими словами и где слово реализует свое значение).

7. Выделяет две стороны толкования текста: грамматическую (исследуется языковая область текста с учетом литературного жанра и литературного течения); и психологическую (текст исследуется как выражение духовной жизни автора, а само исследование направлено на причины возникновения замысла текста, а также на связь замысла с жизнью автора).

Большой вклад в развитие теории коммуникаций внес *Г. Гегель*, исследовав коммуникативную проблематику искусства в контексте ключевой роли языка искусства как средства общения субъектов социума.

В частности, ученый утверждал, что любое произведение искусства – это диалог со зрителем, воображаемая беседа Автора со своими читателями. В коммуникации посредством искусства отправителями сообщения являются творцы искусства – художники, поэты, композиторы, а получатели – те, кто «созерцает» их произведения. Кроме того, исследователь подчеркивал, что для коммуникации в искусстве требование «понятности» является ключевым, так как искусство демократично по своей сути.

С позиции теории коммуникаций, цель художественных произведений по *Г. Гегелю* – это организация массовой коммуникации: продукты творчества должны создаваться не для небольшого замкнутого круга образованных людей, а для всей нации в целом. Задача информационного сообщения в искусстве является понимание: при помощи произведений творца понять мир внешний и услышать свой внутренний мир.

Определив три стороны коммуникации в искусстве как изобразительную, символическую и знаковую, *Г. Гегель* считал, что содержание предметов искусства должно быть коммуникабельным: то есть продукт творчества должен найти общий язык с людьми, вне зависимости от их статуса и степени знакомств с творцом и его произведений.

В свою очередь, *И. Фихте* утверждал, что определяющей особенностью нации служит ее язык: люди образуют народ не потому, что они живут на определенной территории, а потому, что они сплотились на основании общего языка, дающего общий для них образ мысли.

Исследователь вводит понятие «живой язык», трактуемое как язык, исторически сохраняющий свое ядро, свой нравственный стержень и образование которого формировалось на протяжении «действительной жизни» народа.

Кроме того, *И. Фихте* считал, что слова фиксируют изначальное содержание социальных практик («человеческих вещей») и их последующее

изменение. Опираясь на последнее, ученый выступал против заимствования слов из иных языков. По мнению И. Фихте, чужеродное вмешательство в язык чревато непониманием и требует затрат на объяснения. Во-вторых, языковые интервенции вносят раскол в единство нации, разделяя ее на образованные сословия (которые начинают гордиться сходством с чужестранцами) и сословия, не имеющие доступа к образованию, тем самым образуется два изначально неравных народа, а одна национальная культура разделяется на две разные культуры.

У истоков двух тенденций трактовки и изучения языковой знаковости в первой трети XX века стоят *Ф. де Соссюр* и *Ч. Пирс*, считающих языковой знак высшей и наиболее совершенной из доступных человеку форм знаков.

В частности, *Ф. де Соссюр* возводит знак в ранг абсолютного критерия языка. Все, что есть и что происходит в языке, – от знака и ради знака. Знак – это критерий совершенства языка: его функциональной гибкости, содержательной глубины, выразительной подвижности. Ученый считает, что совершенство познавательных и коммуникативных процессов и форм (высказывание, текст, дискурс) есть конечный результат и продукт языковой деятельности. Выбор *Ф. де Соссюра* – в пользу предельной простоты языкового знака, выводя его за рамки речевого и исторического опыта. Ученый отклоняет символическую трактовку языкового знака как сущностной основы языка, так как не считает символ первоосновой языка, определяя язык вне бытия человека. Знак – статичен и лишен динамики.

Таким образом, семиотика *Ф. де Соссюра* ориентирована на интерпретацию знаковых оснований *внутренней* структурной механики языка: ученый искал простейшее начало языковой знаковости.

В свою очередь, *Ч. Пирс* характеризует языковой знак как знак-символ и трактует символ как условный знак. Ученый утверждает, что все условные знаки суть символы, отождествляя, таким образом, условность и символизм. В своих исследованиях *Ч. Пирс* обращается к языковому символизму, который открывается в процессе языковой деятельности человека (непосредственной коммуникативной и исторической) – то есть в бытии человека. Языковой знак (символ) – лишь один из тех типов знаков, которые окружают человека – это инструмент познания и понимания мира.

Таким образом, согласно исследованиям *Ч. Пирса*, знак – самый сложный результат познавательной деятельности человека. Доступные человеку формы знаковости – не предел, не абсолют в развитии познания. Человек создает новые формы знаковости, совершенствуя свое понимание мира.

Диалектика языка стала предметом исследования *Л. Витгенштейна*: первая попытка была предпринята в книге «Логико-философский трактат»

(1921 г.). Ученый утверждал, что слова приобретают смысл только в процессе их использования, а сами по себе они не несут смысловой нагрузки.

Ученый Л. Витгенштейн вводит термин «языковая игра», стремясь установить границы мышления человека, где под «языковыми играми» понимает целую систему коммуникации, включающую в себя язык и действия, с которыми он тесно переплетен. На основании простых игр мы можем за счет выучивания новых правил выстраивать новые и всё более сложные игры, тем самым увеличивая практику и деятельность языка. «Языковых игр», согласно мнению Л. Витгенштейна, бесконечно много, и их бесконечное многообразие – это и есть обилие жизненных практик (социальных практик). «Языковые игры» меняются в зависимости от изменения привычек и ежедневной деятельности. Кроме того, ежедневные «языковые игры» захватывают человека. Потому человеку необходимо внимательно следить за тем, что он делает, следовательно, что он говорит, так как одно и то же слово может восприниматься разными людьми по-разному.

«Языковая игра» требует напарника/напарников, то есть люди не могут постичь смысл слов, если будут действовать в одиночку. Однако, «языковые игры» недоступны для тех, кто использует язык бездумно, для простого выражения мнения или эмоций.

Таким образом, согласно мнению Л. Витгенштейна, язык позволяет более четко обозначить границу между мышлением и реальностью. Так как человек – это граница своего мира, значит, существует риск недопонимания между людьми. Однако с помощью коммуникационного взаимодействия («языковых игр», которые развивают гибкость мышления, способность человека идти на компромисс, использовать разные обороты речи), есть возможность быть услышанным и найти взаимопонимание.

Для коммуникативных практик интерес представляют исследования *М. Бубера* о диалоге и его свойствах. Ученый считает, что настоящий диалог происходит только при искренней открытости, расположенности к другому человеку, то есть при наличии эмпатии.

Концепция М. Бубера различает три вида диалога: «подлинный», «технический» и «монолог, замаскированный под диалог»

Так, подлинный диалог – это настоящий диалог, в котором каждый из участников обращается к Другому как к личности. Такой диалог редок, а его условием является осознание «инакости» Другого. Данный диалог возникает только тогда, когда есть «Мы»: только этому «Мы» присущи настоящие объятия и настоящий спор. В свою очередь, технический диалог преследует цель обеспечить согласование действий индивидов, достичь «объективного взаимопонимания».

«Монолог, замаскированный под диалог» – это, по М. Буберу, либо дискуссия, когда говорящими руководит желание произвести впечатление, укрепить уверенность в себе; либо дружеский разговор, в котором каждый считает себя законной величиной, а другого – относительной.

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

*Вопросы:*

1. Исследование коммуникации как внутренней потребности личности в учении К. Ясперса: понятие «подлинности» коммуникации, функциональные возможности языка в качестве средства передачи информации.

2. Факторы, определяющие коммуникационную потребность личности в теории З. Фрейда, К.-Г. Юнга, Э. Фромма.

3. Теории Э. Холла, Г. Олпорта и Л. Постмана о массовой коммуникации: основные положения.

4. Социальные факторы коммуникативных действий в теории Н. Лумана, Ю. Хабермаса и др.

5. Массовые коммуникации как социокультурный феномен в трудах Х. Инниса, Г.-М. Маклюэна, А. Моля и др.

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

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

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

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

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

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

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

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

В свою очередь, согласно представителям психоаналитической концепции культуры – З. Фрейда, К.-Г. Юнга, Э. Фромма – существенные и значимые для человеческой жизни процессы, которые определяют поступки, желания, переживания человека зарождаются и происходят в его бессознательном. Ученые считали, что исследование механизмов

бессознательного, его познание является условием благополучной жизни, как отдельной личности, так и общества в целом. В этой связи их исследования представляют интерес для коммуникационных процессов, а именно: определение факторов, которые влияют на коммуникационную потребность личности.

Так, согласно мнению *З. Фрейда*, специфика человеческого бытия полностью зависит от его биологических потребностей. Отсюда следует, что фактором, стимулирующим человека совершать коммуникационное взаимодействие, является инстинктивная, природная потребность личности удовлетворить свои нужды (бытовые, сексуальные, социальные) и избежать тем самым страдания.

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

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

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

Исследователь *Э. Фромм*, определяя социальное бессознательное личности как хранилище социальных норм и правил поведения человека, полагал, что личность развивается в соответствии с теми требованиями, которые ему предъявляет общество. Следовательно, причиной групповой и массовой коммуникаций является потребность человека в процессе своей жизнедеятельности «встраивать» общественные запросы в собственное бытие, что и определяет конечную цель такого коммуникационного

взаимодействия, а именно: удовлетворение в первую очередь запросов социума, социокультурной среды. Отрицая то, что коммуникация в качестве способа поддержания социальной структуры общества обусловлена врожденными инстинктами, в качестве стимула для осуществления коммуникаций определял стремление человека к самопознанию, самореализации, цель которой – качественное преобразование общей социокультурной среды. Предметно обозначив в своих исследованиях общество XX века как общество потребителей, определил, что человеку сложно развивать не мнимое, а подлинное «Я», тем самым обозначив проблематику интерперсональной (внутриличностной) коммуникации.

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

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

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

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

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

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

- Комбинирование схожих деталей в сообщении для облегчения запоминания и восприятия информации;

- Составление сообщения, в соответствии с ожиданиями коммуникантов и основываясь на их «языковых» привычках, шаблонных выражениях;
- Сообщение отражает субъективные предпочтения коммуникатора, а также может содержать предвзятые суждения, предрассудки.

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

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

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

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

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

Системой, управляющей сетями коммуникации, *Н. Луман* определяет масс-медиа – учреждения, которые открыто и публично передают информацию с помощью технических средств (радио и телевидение). Исследуя три аспекта коммуникации – информацию, сообщение, понимание – считает, что процессы информатизации, характерные для информационного общества, приводят к тому, что информация формируется из актуального для общества события. Это событие, становясь информацией, превращается в знание. Однако, избыточность информации приводит к тому, что она перестает отражать происходящие в социуме реальные события.

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

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

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

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

Ученый *М. Маклюэн* делит средства коммуникации на «*прохладные*» и «*горячие*», где «*прохладные*» (легкие, спокойные) – это телевидение и радио, а «*горячие*» (быстрые, полные страсти) – это печатные СМИ.

***Тезисы лекций по теме 8: «Коммуникации как объект исследования современной науки»***

***(2 часа)***

*Вопросы:*

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

В 1983 году Д. МакКуэйл издает учебное пособие «Теория массовой коммуникации» (Theory of Mass Communication), которое дополняется автором и представляет интерес в первую очередь тем, что исследуются новые средства массовой коммуникации – Интернет и социальные сети.

Согласно мнению *Д. МакКуэйла*, массовая коммуникация – это один из нескольких процессов или сетей коммуникации, существующих в обществе.

Под «сетью коммуникации» (communication network) Д. МакКуэйла понимается любое количество взаимосвязанных людей или мест, между которыми происходит передача или обмен информацией. Отношения между потребителем и отправителем информации в массовой коммуникации будут однонаправленными, односторонними и обезличенными. Информация здесь – это медийный продукт, товар, имеющий обменную стоимость на рынке и представляющий определенную потребительскую стоимость для получателя.

В свою очередь, аудитория определена исследователем как совокупность читателей, слушателей и зрителей, получающих медийный продукт и играющих значительную роль в формировании и направлении коммуникации.

Отметим, что согласно концепции Д. МакКуэйла, сеть коммуникации имеет следующие уровни (начиная снизу): внутриличностный, межличностный, внутригрупповой уровень, межгрупповой уровень или объединение и организация или общественная структура (политическая система или фирма).

Так, для внутриличностного, межличностного, внутригруппового и межгруппового уровня или объединения характерна коммуникация в рамках региона, города или поселка, которые могут иметь собственную систему медиа коммуникаций (местная пресса, радио и т.д.). Для общественной структуры коммуникация может быть не локализована на конкретной

территории (филиалы фирмы в других городах), но четко определена границами организации, и целями такой коммуникации. Ключевыми особенностями этого уровня являются проявление идентичности, кооперация и установление норм.

Отметим, что согласно мнению Д. МакКуэйла, существует четыре модели массовой коммуникации: модель передачи (*transmission*); Ритуальная или эмоциональная модель (*ritual or expressive*); модель публичности или внимания общественности (*publicity*) и модель восприятия (*reception*).

Так, Согласно *модели передачи*, массовая коммуникация — это саморегулирующийся процесс, направляемый интересами и потребностями аудитории. В свою очередь, в *ритуальной модели* коммуникация имеет праздничный, целостный и декоративный характер, с элементами шоу, коммуникационное сообщение при этой модели неявное и двусмысленное, с большим количеством ассоциаций и символов. Такая модель коммуникации подходит для описания рекламных или политических компаний, сферы искусства, религии, торжеств и праздников. В модели *публичности или внимания общественности* в коммуникации не происходит передача определенной информации, мнений или ценностей. Основная цель — это привлечение и удержание внимания аудитории, которая ищет в такой коммуникации способ провести время и отвлечься от повседневной реальности. В *модели восприятия* цель — это создание определенного значения медийного сообщения. В данной модели сообщения кодируются согласно принятым формам того или иного жанра (новости, поп музыка, спорт, мыльные оперы, детективы), в которые встроены подсказки для облегчения процесса декодирования (понимания) аудиторией. Ключевая особенность этой модели заключается в том, что результат декодирования может кардинально отличаться от изначального сообщения.

Исследователь Д. МакКуэйл считает, что невозможно выбрать лишь одну модель: каждая модель представляет определенный вид отношений между отправителем и получателем медийного сообщения, которые основываются на конечной цели коммуникации.

Отметим, что в начале XXI века исследователь М. Томаселло выдвигает гипотезу, согласно которой первыми человеческими формами коммуникации являлись указательный жест, а также изобразительные (иконические) жесты. Эти формы коммуникации возникли на основе общей социальной практики и связанных с нею новых форм социального познания и социальной мотивации.

По мнению М. Томаселло, указательный жест и пантомимика, внедряясь в социальную практику, оказываются психологическим базисом

для возникновения всех известных языков, то есть это базис, на котором развивалась вербальная (речевая коммуникация).

Мотивы коммуникации, персональное понимание намерений других, разделение их замыслов, доступно человеку лишь потому, что только ему свойственны социально-когнитивные и социально-мотивационные навыки. Исследователь М. Томаселло считает, что у младенцев невербальная коммуникация формируется практически полностью до того, как начинается освоение речи: Данный фактор ученый считал одним из проявлений крайне выраженного стремления субъектов социума к сотрудничеству..

Актуальным вопросом, входящим в научное поле современных исследования, является вопрос выявления ключевых характеристик коммуникативной компетентности, которое впервые ввел в научный оборот Д. Хаймс, определяя коммуникативную компетентность как «как внутреннее знание ситуационной уместности языка» (Д. Хаймс).

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

*Вопросы:*

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

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

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

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

В свою очередь, *Квинтилиан*, рассуждая о природе риторики и целях, которые она преследует, видах речей и композиции, считал, что о том или ином событии или поступке можно судить, если об этом событии или поступке известен ответ на следующие семь вопросов: «кто?» (оратор); «что сделал?» (сообщение); «где?» (место); «какими средствами?» (канал); «зачем?» (цель); «как?» (метод, техника); «когда?» (время).

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

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



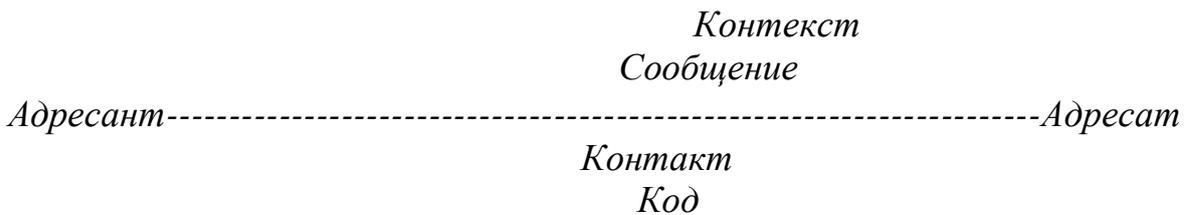
Коммуникатор создает сообщение, использует передатчик, где оно преобразуется в сигнал и идет по каналу связи, ведущему к приемнику. Приемник декодирует сообщение, и оно приходит получателю. В процессе передачи сигнала могут отмечаться шумы. Шум может привести к тому, что

переданный и полученный сигналы будут отличны друг от друга. Следовательно, сообщение, созданное коммуникатором, и сообщение, полученное реципиентом, могут отличаться по смыслу. Нивелирование или устранение «шума» достигается посредством повтора информации либо применения других каналов связи (устройств).

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

В свою очередь *Р. Якобсон*, исследуя функции языка, предложил модель коммуникации, в которой от адресанта к адресату отправляется сообщение, которое написано с помощью кода/языка (см. Рис. 1).

*Рис. 1. Модель Р. Якобсона*



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

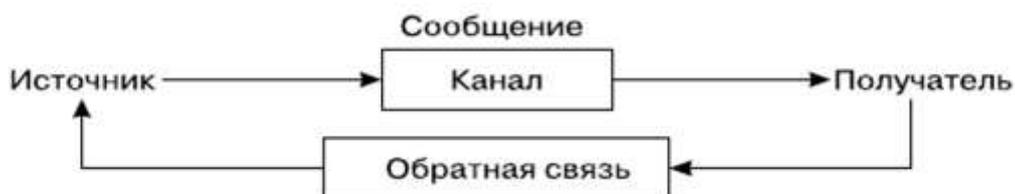
Отметим, что *Н. Винер*, подчеркивая, что кибернетика – это наука, которая исследует процессы взаимосвязи и управления как в биологических организмах, так и в искусственных системах, разработал собственную модель коммуникационного процесса (см. Рис. 2). Ученый *Н. Винер* считал, что для того, чтобы понять социум, жизнь человека в нем, необходимо исследовать обмен информацией между человеком и машиной, между машиной и человеком, между машиной и машиной (искусственный интеллект).

В вышеозначенной модели предложены следующие элементы:

- *Источник/получатель*, которым может быть как человек, так и механико-техническое устройство.
- *Сообщение (информация)*, как обозначение содержания, полученного из внешнего мира в процессе нашего приспособления к нему и приспособления к нему наших чувств.
- *Канал*, который может быть как искусственно созданный (технический), так и естественный (речевая деятельность).
- *Обратная связь*, которую, изучая двоичную систему сигналов в системах связи, ученый определил, в двух видах: негативную и позитивную. Так, негативная обратная связь более информативна, так как показывает, в чем и где был сбой и ошибки системы; какая информация не доступна пониманию получателя; как исправить систему (организацию, технические средства), чтобы ее состоянию была присуща стабильность и не было сбоев. В свою очередь, позитивная обратная связь сохраняет и усиливает прежнее состояние системы, дает положительную динамику.

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

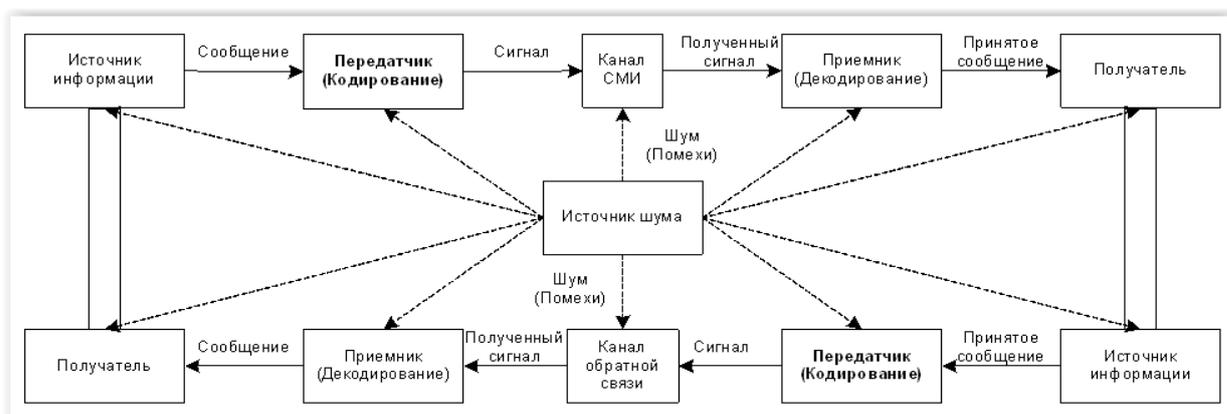
Рис. 2. Модель *Н. Винера*



В свою очередь американским теоретиком медиа культуры и массовых коммуникаций, профессором факультета массовых коммуникаций Бостонского университета М. Де Флером была предложена модель массовой коммуникации (см. Рис. 3). Данная модель описывает массовую коммуникацию и как целостную систему, и как часть социума. На основании исследований массовых коммуникаций в США, автор выделяет определенные компоненты массовой коммуникации и описывает алгоритм коммуникационной модели следующим образом:

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

Рис 3. . Модель М. Де Флера



Основными достоинствами данной модели являются, во-первых, цикличность процесса, при котором и отправитель, и получатель, постоянно меняются ролями, переводя принятое сообщение в информацию, которая затем посылается обратно по каналу связи с целью получить подтверждение правильности декодирования. Коммуникация состоялась, если между первым и вторым значениями есть соответствие. Во-вторых, в модели учтены помехи (воздействие «шума»). Коммуникатор, при этом имеет возможность повысить эффективность передачи информации, учтя шум (характеристики и

возможные «сбои») имеющегося канала связи, что влияет на качество обратной связи. В-третьих, коммуникационная модель М. Де Флера является первой моделью, содержащей двухстороннюю обратную связь с целевой аудиторией в процессе коммуникации.

Отметим, что модель межличностной коммуникации, разработанная профессором Шульцем фон Туном, акцентирует внимание на том, что при коммуникации важным элементом является не только передаваемая информация, но и отношение к собеседнику, а также желание «принятия» получателем норм, правил и идеалов отправителя (см. Рис. 4).

Рис. 4. Модель Шульца Фон Туна



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

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

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

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

особенности коммуникации в больших организациях, то есть не подходит для массовой коммуникации.

Модель PR-коммуникации А. Кривоносова (школа PR Санкт-Петербурга) отражает результаты исследования феномена PR-информации. В данной модели всесторонне анализируя жанровые разновидности PR-текстов (см. Рис. 5).

Рис.5. Модель PR-коммуникации А. Кривоносова



Элементами вышеозначенной модели PR-коммуникации выступают:

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

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

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

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

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

6. *Получатель* (целевая аудитория).

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

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

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

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

*Вопросы:*

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

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

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

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

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

Социальная дифференциация – это социальные различия коммуникантов. Социальная дифференциация отвечает за стимулирование разных форм деятельности субъектов культуры, которых можно выделить в

определенную группу. Коммуникация здесь осуществляется в свободное от профессиональной деятельности время определенных групп и слоев населения.

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

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

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

Коммуникативная роль – это определенное поведение субъекта в определенной ситуации. Коммуникативная роль сопряжена с категорией «социальный статус», поэтому для обозначения часто используется термин «социальная роль».

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

**Тезисы лекций по теме 14: «Личность как субъект  
коммуникативного процесса»  
(2 часа)**

*Вопросы:*

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

Современные исследователи трактуют терминологическую единицу «личность» исходя из определенной области гуманитарного познания. Так, в философии *«личность»* называют, в совокупности, характеристики поведения отдельного индивида, врожденные или приобретенные, наблюдаемые в его отношениях со средой и социальным окружением» («Краткий словарь по философии» под ред. Н. Н. Рогалевич, 2007, с.355).

Представители современной психологии, опираясь на системно-деятельный подход, определяют *личность* как относительно устойчивую «совокупность психических свойств, как результат включения индивида в пространство меж индивидуальных связей» («Большой психологический словарь», под ред. Б.Г. Мещерякова, В.П. Зинченко, 2003, с. 236).

С позиции культурологии как науки, исследующей непосредственно деятельность субъекта в культуре, *личность* представляет собой продукт исторически определенной культуры (является единичным воплощением данной культуры), а так же одновременно является ее носителем, выполняющим определенные функции в системе сложившихся внутри культуры общественных отношений (Б.И. Кононенко).

В свою очередь, с позиции лингвистики, под *личностью* понимается человек как член общества, являющийся носителем каких-либо неповторимых свойств, проявляющихся в его речевой деятельности (В. В. Лопатин).

Однако, характерной тенденций современного этапа развития лингвистики являются исследования, посвященные ведущей роли человека в процессах порождения и использования речи. Потому в существующей на современном этапе развития науки лингвистической парадигме именно *языковая личность* является объектом ее исследования.

Отметим, что термин *«языковая личность»* на постсоветском пространстве впервые употребил классик лингвистики В. В. Виноградов в работе «О языке художественной прозы» (1930 г.), где взаимосвязь личности автора с героями художественного произведения исследуется ученым в контексте влияния языка на личность и их взаимосвязи.

В настоящее время существуют различные определения термина *«языковая личность»*, исследующие различные аспекты языка как формы и способа жизнедеятельности личности.

Так, согласно определению С.Г. Воркачева, *«понятие «языковая личность» образовано проекцией в область языкознания соответствующего междисциплинарного термина, в значении которого преломляются философские, социологические и психологические взгляды на общественно значимую совокупность физических и духовных свойств человека, составляющих его качественную определенность»*. (С. Г. Воркачев, *«Лингвокультурология, языковая личность, концепт: становление антропоцентрической парадигмы в языкознании»*, Филологические науки, № 1, 2001, с. 65).

В коммуникативном аспекте, согласно мнению доктора филологических наук, Г.И. Богина, *«языковая личность»* – это *«человек как носитель языка, взятый со стороны его способности к речевой деятельности»*. (Г. И. Богин, *«Модель языковой личности в её отношении к разновидностям текстов»*, Ленинград, 1984). Следовательно, языковая личность включает в себя свойства, способствующие производству и восприятию определенных речевых актов (произведений).

Согласно мнению ученого, существует *пять уровней* языковой личности, отражающих этапы ее развития:

1. Уровень правильности (проявляется в овладении большим лексическим запасом и умении строить высказывание в соответствии с нормами данного языка);
2. Уровень интериоризации (овладение внутренней речью);
3. Уровень насыщенности (владение всем богатством выразительных средств языка в области фонетики, грамматики и лексики);
4. Уровень адекватного выбора (умение отбирать языковые средства в соответствии со сферой общения, коммуникативной ситуацией и

ролями коммуникантов, а также проявлять способность критически оценивать различные коммуникативные неудачи);

5. Уровень адекватного синтеза (отражает реализацию всех функций языка в речевой деятельности»).

В коммуникативном аспекте на постсоветском пространстве понятие «языковая личность» одним из первых предложил исследователь Ю. Н. Караулов. Так, согласно мнению ученого, *языковая личность* – «это человек, обладающий способностью создавать и воспринимать тексты, различающиеся степенью структурно-языковой сложности; глубиной и точностью отражения действительности и определенной целевой направленностью» (Ю. Н. Караулов, «Русская языковая личность и задачи ее изучения», 1989, с. 3-8).

Исследователь Ю.Н. Караулов считает, что модель языковой личности включает в себя *три структурных уровня: вербально-семантический* (владение личностью естественным языком); *когнитивный* (сумма понятий, идей, концептов, сложившиеся у личности в достаточно упорядоченную, систематизированную «картину мира», отражающую иерархию ценностей); *прагматический* (комплекс целей, мотивов, интересов, установок, обеспечивающих осмысление реальной деятельности личности в социуме).

Необходимо отметить, трехуровневая концепция языковой личности коррелирует с тремя типами коммуникативных потребностей: установлением контакта, получением и передачей информации и воздействием на партнера по коммуникации (Ю. Н. Караулов).

В свою очередь, под *коммуникативной личностью* в коммуникации понимают синкретизм социально значимых свойств и качеств, характеризующих индивида как субъекта, осуществляющего коммуникацию в обществе, то есть как субъекта социальной коммуникации.

Основными характеристиками коммуникативной личности являются ее способность, вступая в коммуникационное взаимодействие, конструировать себя и воздействовать на других; наличие мотивов, способствующих становлению и развитию профессиональной деятельности; а также способностей создавать и пользоваться знаковыми системами и образованиями, организовывать коммуникативное взаимодействие с представителями социальных групп.

Отметим, что коммуникативная личность является результатом (продуктом) творческого развития этноса. Становление коммуникативной личности направлено на удовлетворение потребностей в создании, восприятии и передаче информации на основе формирования ценностно-смысловых отношений к себе, окружающему миру, на актуализацию

культурного содержания в явлениях и предметах окружающего мира. Кроме того, культурная характеристика коммуникативной личности проявляется в ее способности формировать знания, умения и навыки, обеспечивающие обмен информацией и совместную деятельность в межкультурном взаимодействии. Как субъект культуры, коммуникативная личность обладает специфическими особенностями в силу своих национальных характеристик, ментальности, системы ценностей, функционирующей в определенной культуре.

Понятие «коммуникативная личность» *шире*, чем понятие «языковая личность», так как предполагает выбор вербальных и невербальных средств коммуникации средств передачи информации, коммуникативных кодов, обеспечивающих взаимодействие человека и технических средств в отличие от языковой личности, являющейся лишь носителем определенных речевых стратегий.

Исследователь Д. П. Гавра, доктор социологических наук, профессор, заведующий кафедрой связей с общественностью Высшей школы журналистики и массовых коммуникаций Санкт-Петербургского государственного университета, обозначил такие компоненты коммуникативной личности, как *целемотивационный компонент* (коммуникативное «хочу»); *абилитационный компонент* (коммуникативное «могу»); *ресурсно-когнитивный компонент* (коммуникативное «знаю»), *операциональный компонент* (коммуникативное «умею»). Отсутствие либо недостаточная развитость одного из компонентов, согласно исследованиям Д.П. Гавра, означает, что личность не способна к коммуникации.

Очевидно, что современные менеджеры социально-культурной сферы, чья деятельность осуществляется в социуме и во благо социума должны обладать коммуникативной компетентностью. Коммуникативная компетентность культуролога-менеджера – это синкретизм знаний и умений личности моделировать и управлять коммуникацией, его коммуникативные способности, обеспечивающие организацию и осуществление эффективных коммуникативных действий в определенном социокультурном пространстве с учетом культурных особенностей целевых аудиторий.

Коммуникативная компетентность включает в себя ряд компонентов, суммарное действие которых позволяет современному культурологу-менеджеру эффективно конструировать и управлять профессиональными коммуникациями.

К основным компонентам коммуникативной компетенции современного менеджера социокультурной сферы необходимо отнести следующие компоненты: владение вербальными и невербальными

средствами коммуникаций; знание национально-культурных традиций и ценностных ориентаций коммуникантов; владение коммуникативными техниками; умение выстраивать коммуникативную стратегию.

Критериями оценки коммуникативной компетентности служат:

- Эффективное/неэффективное использование знаний и умений при решении определенных коммуникативных задач;
- Применение собственного опыта, опыта других людей и общественно-исторического опыта при осуществлении коммуникативных связей;
- Умение соединять знания из различных областей, знания о себе, о конкретном человеке (группе лиц) и использовать их в конкретной коммуникативной ситуации.

Одним из критериев оценки коммуникативной компетенции является познавательный критерий, отвечающий за обмен информацией, и где показателями служат профессиональные знания отправителя сообщения, навыки в области понимания психологии личности и самоконтроля. Важным критерием оценки коммуникативной компетенции является интерактивный критерий, показателем которого выступают умение адресанта устанавливать диалоговое взаимодействие, использовать вербальные и невербальные средства коммуникации, регулировать коммуникативные барьеры. Показателями перцептивного критерия как одного из критериев коммуникативной компетенции личности является наличие опыта в осуществлении межличностной и профессиональной коммуникации, проявление эмпатии в коммуникационном взаимодействии, принятие в процесс коммуникации себя и партнера.

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

*Вопросы:*

1. Понятие «информация» в коммуникации, типология исследования свойств информации.
2. Понятия «социальная» и «биологическая» информация и их характеристики.
3. Сущностные характеристики понятия «массовая информация» и ее функционирование в современном социуме.
4. Средства массовой информации: характеристики, типология, основные функции.

## 5. Пропаганда и манипуляция как методы влияния средств массовой информации на формирования общественного мнения.

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

Информация лежит в основе мыслительной деятельности человека и в настоящий момент является важнейшим стратегическим ресурсом общества, так как фиксирует не только сущность существующих в мире вещей (формы бытия), их взаимосвязи, является фактором развития всех сфер культуры и общества. Необходимо отметить, что информацию содержат письменные тексты, речь, природные явления. Следовательно, информация включает в себе сведения о природных явлениях, их развитии и структуре, разнообразии и упорядоченности.

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

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

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

К основным *характеристикам информации* относятся:

- Ценность.

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

- Репрезентативность, означающую правильность отбора и формирования информации в целях адекватного отражения свойств объекта.
- Содержательность (семантическая емкость).
- Доступность (оптимальная возможность получения потребителем).

- Актуальность.
- Своевременность.
- Достоверность (точно отражать существующие явления).
- Защищенность (невозможность использования или изменения без согласия владельца информации).
- Эргономичность (удобство формы, объема для получателя)

Отметим, что информацию принято разделять на *социальную и биологическую*. Так, *социальная информация* – это сведения, которые извлекаются, создаются, передаются и принимаются, хранятся, применяются субъектами общества. Социальная информация передается при непосредственном взаимодействии субъекта с иными субъектами, группами, целевыми аудиториями, а также при помощи различных технических средств (в том числе при помощи средств массовой информации).

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

К основным характеристикам биологической информации необходимо отнести:

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

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

К основным *характеристикам массовой информации* относятся следующие характеристики:

- Направленность сообщения на массового потребителя при отсутствии непосредственного контакта, то есть вне зависимости от масштаба аудитории и ее и территориального нахождения.
- Соответствие информационным потребностям аудитории.

- Доступность для потребителя в содержательном и финансовом плане.
- Возможность одновременного получения сообщения всей целевой аудиторией.
- Создание единой позиции по жизненно важным вопросам.
- Открытость для обсуждения всех желающих (представителей аудитории).
- Распространение при помощи средств массовой информации.

Отметим, что *средства массовой информации* (далее – СМИ) – это определенный инструмент периодического распространения массовой информации с использованием печати, теле- и радиовещания, сети Интернет, а также сетевое издание, размещенное непосредственно в Интернет пространстве.

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

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

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

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

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

СМИ присуща образовательная функция, с помощью которой осуществляется повышение образовательного уровня аудитории,

распространение знаний в рамках специальных образовательных программ, каналов.

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

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

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

В свою очередь, *манипуляция* – это способ психологического воздействия, с целью изменить мнения, установки, поведение индивида в собственных интересах так, чтоб данное изменение произошло для него неосознанно (осталось незамеченным).

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

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

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

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

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

*Вопросы:*

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

сведения, составляющие тот или иной вид тайны, подлежащей защите, охране, наблюдению.

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

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

Отметим, что субъекты социума также являются собственниками информации.

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

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

Отметим, что *защита информации* – это принятие правовых, организационных и технических мер, направленных на обеспечение защиты информации от неправомерного доступа, уничтожения, модифицирования,

блокирования, копирования, предоставления, распространения, а также от иных неправомерных действий в отношении такой информации.

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

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

*Информационная война* – это целенаправленные действия, предпринятые для достижения информационного превосходства путём нанесения ущерба информации, информационным процессам, информационным системам оппонента (противника) при одновременной защите собственной информации, информационных процессов и информационных систем.

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

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

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

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

В частности, *командно-управленческая форма* информационной войны нацелена на каналы связи между командованием и исполнителями и преследует цель лишение их управления. В свою очередь, при осуществлении *разведывательной* войны происходит сбор важной в военном отношении информации. *Экономическая информационная война* имеет две формы: информационную блокаду как перекрытие каналов коммерции (направленная против государства) и информационный империализм (часть общей политики экономического империализма). *Электронная война* направлена против средств электронных коммуникаций, таких как радиосвязь, радиолокационные станции, компьютерные сети и др. При осуществлении *психологической войны* происходит так называемая «информационная обработка» населения, включающая в себя 4 составляющие: подрыв гражданского духа, деморализация Вооруженных Сил, дезориентация командования и война культур. *Хакерская война* окрашена диверсионными действиями против гражданских объектов противника, а именно: паралич сетей связи; введение случайных ошибок в пересылку данных, хранение информации и услуг; тайный мониторинг сетей; несанкционированный доступ к закрытым данным с целью шантажа; компьютерные вирусы.

### ***Тезисы лекций по теме 20 «Основные аспекты межкультурной коммуникации»***

***(2 ч)***

*Вопросы:*

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

В 1954 году в работе «Культура как коммуникация: модель анализа» Э. Холл и Г. Трейгер ввели в научный оборот термин «межкультурная коммуникация».

*Межкультурная коммуникация* – это обмен информацией, осуществляемый носителями разных культур, где культурные различия влияют на данную коммуникацию и в определенной степени определяют ее процесс.

Межкультурной коммуникации присущи определенные *уровни*. Так, *межличностный уровень*, который характерен для субъект-субъектной коммуникации, отражает этническую (или национальную), а также социокультурную специфику восприятия окружающего мира, мимические и кинестические коды, используемые субъектом, принятые в определенной культуре, а также характер поведения для определенного пола, возраста, социального статуса. В свою очередь, для *уровня коммуникации в малых группах* присущи характеристики, свойственные межличностному уровню межкультурной коммуникации и те культурные нормы и ценности, которые сложились в малой группе.

Отметим, что *уровень межкультурной коммуникации в больших группах*, при котором субъект коммуникации взаимодействует с большой группой участников коммуникационного взаимодействия, является так называемым «этническим уровнем». Данный уровень характерен для коммуникации этносов, этноязыковых, этноконфессиональных и этнографических групп.

Очевидно, что знание языка как главного выразителя самобытности культуры и одновременно главного средства в коммуникационном процессе необходимо при осуществлении эффективной межкультурной коммуникации. Кроме того, при межкультурном коммуникативном взаимодействии необходимы знания норм и ценностей чужой культуры, исторических традиций и обычаев, образа жизни, а также проявление толерантности, как качества личности подразумевающего под собой принятие иных (различных) мнений, суждений и взглядов на мир.

Отметим, что исследователь Н. К. Иконникова выделяет *6 типов восприятия культурных различий*, а именно: отрицание различий культур; защита собственного культурного превосходства, минимизация культурных различий, принятие существования культурных различий, адаптация к новой культуре и интеграция (Иконникова, Н. К. Механизмы межкультурного восприятия / Н. К. Иконникова // Социологические исследования – 1995. – № 11. – С. 26-34.).

Необходимо отметить, что адаптация и интеграция в чужую культуру основываются на личной заинтересованности в понимании ценностей и установок культуры, тесном эмоциональном контакте с ее представителями и происходит, когда человек длительное время живет в другой, отличной от родной, культуре, активно участвует в общественной жизни или воспитывается с детства в мультикультурной среде.

Новая среда и новый опыт человека, попавшего в незнакомую культуру, могут привести как к позитивным, так и негативным сдвигам в поведении. В ряде случаев у человека может возникнуть «культурный шок» – состояние, при котором положительный эмоциональный фон сменяется депрессией, смятением и враждебностью.

«Культурный шок» возникает из-за таких социальных факторов, как неприспособленность и неприятие новых обычаев, стиля поведения и общения, темпа жизни, изменений в материальных условиях жизни, инфраструктуре жизни и ценностях. В некоторых случаях «культурный шок» является адекватной реакцией личности на процесс привыкания к новым условиям, где человек приобретает знания о новой культуре, новых нормах поведения, становится более развитым культурно, хотя и испытывает при этом стресс.

Согласно определения А. П. Садохина, *барьеры в межкультурной коммуникации* – это определенные факторы, которые препятствуют коммуникативному взаимодействию партнеров и не допускают адекватного взаимопонимания в процессе данного взаимодействия (Садохин, А. П. Межкультурные барьеры и пути их преодоления в процессе коммуникации / А.П. Садохин // *Обсерватория культуры*. – 2008. – № 2. – С. 26 – 32).

Исследователь выделяет следующие основные группы барьеров в межкультурной коммуникации: *языковые, этнокультурные, коммуникативные и психологические*, которые характеризуется своими специфическими особенностями, а потому, для их преодоления не существует единых универсальных способов.

Необходимо отметить, что коммуникация с носителями индивидуалистских культур меньше подвержена барьерам, чем коммуникация с культурными носителями коллективистских культур. Причина в том, что коллективистские культуры требуют полного слияния мнения с мнением взаимодействующей группой, а в индивидуалистских культурах этого не требуется, так как подразумевается, что позиция человека может не совпадать с мнением группы.

В современной социокультурной ситуации обеспечение эффективного межкультурного взаимодействия является задачей, стоящей перед теми субъектами культуры, чья профессиональная деятельность связана с управлением культурными процессами, созданием культурных продуктов и услуг, востребованных обществом.

Существуют условия, маркер, которые позволят оценить межкультурную коммуникацию, согласно определенным критериям. В частности, к критериям оценки эффективности межкультурной коммуникации необходимо отнести осознанность коммуникации как результата управления собственной личностью с последующим нивелированием эмоциональной угрозы. Осознанность будет проявляться в открытости к новой информации и в понимании своих альтернативных коммуникативных возможностей, а также возможностей партнера по коммуникации.

### 3. ПРАКТИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ

#### 3.1 Тематика семинарских занятий

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

Вопросы:

1. Словесность, книжность, мультимедийность как типы коммуникационной культуры общества и их основные характеристики.
2. Словесность: особенности общинной коммуникационной системы, средства передачи информации, основные каналы, функции.
3. Письменность в качестве нового коммуникационного канала: основные характеристики.
4. Основные характеристики книжности, особенности развития и становления.
5. Мультимедийность как феномен коммуникационной культуры XXI века.

Список источников для подготовки:

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

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

Вопросы:

1. Исследование коммуникации как внутренней потребности личности в учении К. Ясперса: понятие «подлинности» коммуникации, функциональные возможности языка в качестве средства передачи информации.
2. Факторы, определяющие коммуникационную потребность личности в теории З. Фрейда, К.-Г. Юнга, Э. Фромма.
3. Теории Э. Холла, Г. Олпорта и Л. Постмана о массовой коммуникации: основные положения.
4. Социальные факторы коммуникативных действий в теории Н. Лумана, Ю. Хабермаса и др.
5. Массовые коммуникации как социокультурный феномен в трудах Х. Инниса, Г.-М. Маклюэна и др.

Список источников для подготовки:

1. Белозеров, А. Б. Понятие коммуникации в экзистенциальной философии К. Ясперса [Электронный ресурс] / А. Б. Белозеров // Вестник КГУ. – 2011. – № 3. – С. 58-62. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/ponyatie-kommunikatsii-v-ekzistentsialnoy-filosofii-k-yaspersa/pdf>. – Дата доступа: 15.12. 2022.
2. Голиков, К. С. Экзистенциальная коммуникация Карла Ясперса – путь к подлинному бытию / К. С. Голиков [Электронный ресурс] // Человек. Культура. Образование. – 2019. – № 4 (34). – С. 24-31. – Режим доступа: <https://psyzel.ru/wp-content/uploads/2020/07/ekzistentsialnaya-kommunikatsiya-karla-yaspersa-ot-podlinn-h-chuvstv-k-podlinnomu-b-tyu.pdf?ysclid=lbtbjj5h8p444842180>. – Дата доступа: 15.12.2022.
3. Горбатов, Д. С. Критический анализ концепции изменения слухов и ее модификации [Электронный ресурс] / Д. С. Горбатов // Наука и современность. – 2010. – № 3(2). – С. 77-82. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/kriticheskiy-analiz-kontseptsii-izmeneniy-sluhov-i-ee-modifikatsii/pdf>. – Дата доступа: 15.12.2022.
4. Коломейцев, И. А. Эволюция представлений о роли средств массовой коммуникации в работах Маршалла Маклюэна [Электронный ресурс] / И. А. Коломейцев // Вестник Нижегородского университета – 2013. – № 3(31). – С. 38-43. – Режим доступа:

<https://cyberleninka.ru/article/n/evolyutsiya-predstavleniy-o-rol-i-sredstv-massovoy-kommunikatsii-v-rabotah-marshalla-maklyuena/pdf>. – Дата доступа: 15.12.2022.

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

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

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

### ***Семинарское занятие по теме 9 «Типология коммуникаций» (2ч)***

Вопросы:

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

Список источников для подготовки:

1. Василик, М. А. Основы теории коммуникации: учеб. для высших учебных заведений по специальности 020300 «Социология» / [М. А. Василик и др.]. – М. : Гардарики, 2007. – 615 с.
2. Конечкая, В. П. Социология коммуникации: учеб. – М. : Междунар. ун-т бизнеса и упр., 1997. – 302 с.
3. Шарков, Ф. И. Коммуникология [Электронный ресурс]: основы теории коммуникации : учебник / Ф. И. Шарков. – 6-е изд.,

стер. – Москва : Дашков и К°, 2021. – 488 с. : ил. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=621689>. – С. 103-145.

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

Вопросы:

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

Список источников для подготовки:

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

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

Вопросы:

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

Список источников для подготовки:

1. Гаппарова, Д. А., Каримова, У. Общая характеристика видов речевой деятельности и учет их особенностей при обучении иностранному языку [Электронный ресурс] / Д. А. Гаппарова, У. Каримова // Вопросы науки и образования. – 2019. – № 7(53). – С. 97-102. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/obschaya-harakteristika-vidov-rechevoy-deyatelnosti-i-uchet-ih-osobennostey-v-obuchenii-inostrannomu-yazyku/pdf>. – Дата доступа: 15.12.2022.
2. Ментцель, В. Риторика: искусство говорить свободно и убедительно / В. Ментцель. – М. : ИНФРА-М, 2010. – 132 с.
3. Рудь, Л. Г. Культура речи : учеб. пособие для студентов учреждений, обеспечивающих получение высшего образования / Л. Г. Рудь, И. П. Кудреватых, В. Д. Стариченок ; под общ. ред. В. Д. Стариченок. – 2-е изд., испр. – Минск : Вышэйшая школа, 2010. – 269, [2] с.
4. Хведченя, Л. В. Социокультурное общение: учеб.-метод. пособие для студентов неязыковых специальностей учреждений высшего образования / Л. В. Хведченя, А. М. Ковальчук, Э. В. Рунцова. – Минск : БГУ, 2020. – 173, [2] с.
5. Шахнарович, А. М. Когнитивные и коммуникативные аспекты речевой деятельности [Электронный ресурс] / А. М. Шахнарович, В. И. Голод // Вопросы психолингвистики. – 2011. – № 13. – С. 196-201. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/kognitivnye-i-kommunikativnye-aspekty-rechevoy-deyatelnosti/pdf>. – Дата доступа: 15.12.2022.

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

Вопросы:

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

Список источников для подготовки:

1. Быкова, О. А. Монолог, диалог, полилог: к проблеме разграничения форм организации речевого взаимодействия [Электронный ресурс] / О. А. Быкова // Вестник МГЛУ. Гуманитарные науки. – 2015. – № 12(712). – С. 36-43. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/monolog-dialog-polilog-k-probleme-razgranicheniya-form-organizatsii-rechevogo-vzaimodeystviya/pdf>. – Дата доступа: 16.12.2022.
2. Ефимочкина, Н. Б. Коммуникации в системах управления [Электронный ресурс] / Н. Б. Ефимочкина // Вестник университета. – 2018. – № 10. – С. 15-22. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/kommunikatsii-v-sistemah-upravleniya/pdf>. – Дата доступа: 16.12.2022.
3. Симонян, Э. Г. феномен подражания как результат осознанного восприятия личностью образов межличностных отношений [Электронный ресурс] / Э. Г. Симонян // Социально-гуманитарные знания. – 2021. – №3. – С. 217-224. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/fenomen-podrazhaniya-kak-rezultat-osoznannogo-voSPIriatiya-lichnostyu-obrazov-mezhlichnostnyh-otnosheniy/pdf>. – Дата доступа: 16.12.2022.

**Семинарское занятие по теме 16 «Коммуникатор и аудитория»  
(2 ч)**

Вопросы:

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

Список источников для подготовки:

1. Балашова, В. А. Социально-перцептивная оценка привлекательности коммуникатора [Электронный ресурс] / В. А. Балашова, А. И. Алымова // Проблемы современного педагогического образования. – 2020. – № 3. – С. 11-14. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/sotsialno-pertseptivnaya-otsenka-privlekatelnosti-kommunikatora/pdf> – Дата доступа: 17.12.2022.
2. Евдокимов, В. А. Аудитория масс-медиа как объект и субъект коммуникации [Электронный ресурс] / В. А. Евдокимов // Наука о человеке: гуманитарные исследования. – 2010. – № 6. – С. 136-142. – Режим доступа: [https://www.elibrary.ru/download/elibrary\\_17672138\\_69769418.pdf](https://www.elibrary.ru/download/elibrary_17672138_69769418.pdf). – Дата доступа: 17.12.2022.
3. Латынов, В. В. Коммуникативное воздействие: принципы. Закономерности, эффекты [Электронный ресурс] / В. В. Латынов // Психологический журнал. – 2012. – Т. 33. – № 5. – С. 16-27. – Режим доступа: [https://www.elibrary.ru/download/elibrary\\_18036671\\_24518105.pdf](https://www.elibrary.ru/download/elibrary_18036671_24518105.pdf). – Дата доступа: 17.12.2022.
4. Сарна, А. Я. Технологии воздействия на аудиторию в современном медиа-пространстве [Электронный ресурс] / А. Я. Сарна // Вестник Санкт-Петербургского университета. Социология. – 2020. – Т. 13. – № 2. – С. 218-235. – Режим доступа: <https://doi.org/10.21638/spbu12.2020.207>. . – Дата доступа: 17.12.2022.
5. Стернин, И. А. Фактор адресата в речевом воздействии [Электронный ресурс] / И. А. Стернин. – Воронеж : «Истоки», 2012. – 51 с. – Режим доступа: [https://faktor\\_adresata-v\\_rechevom\\_vozdeistvyi.pdf](https://faktor_adresata-v_rechevom_vozdeistvyi.pdf). – Дата доступа: 17.12.2022.
6. Хохлов, Д. А. Исследование актуальных характеристик описания целевой аудитории для продвижения в цифровом пространстве [Электронный ресурс] / Д. А. Хохлов // Вестник ГУУ. СМИ (медиа) и массовые коммуникации. – 2021. – № 11. – С. 47-52. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/issledovanie-aktualnyh-harakteristik-opisaniya>

[tselevoy-auditorii-dlya-prodvizheniya-v-tsifrovom-prostranstve/pdf](https://tselevoy-auditorii-dlya-prodvizheniya-v-tsifrovom-prostranstve/pdf). – Дата доступа: 17.12.2022.

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

Вопросы:

1. Понятие «обратная связь» в коммуникации: характеристики оценочной и безоценочной обратной связи
2. Критерии эффективной и неэффективной обратной связи.
3. Практико-ориентированные методы выстраивания обратной связи.
4. Типология исследования барьеров коммуникации.
5. Барьеры коммуникации и основные способы их преодоления.

Список источников для подготовки:

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

доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/effektivnost-obratnoy-svyazi-i-ee-spetsifika-v-organizatsii/pdf>. – Дата доступа: 17.12. 2022.

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

Вопросы:

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

Список источников для подготовки:

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

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

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

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

Вопросы:

1. Понятие «информационная безопасность», классификация центров информационной безопасности.
2. Основные средства защиты информационной безопасности.
3. Государство и субъекты социума как собственники информации: сущностные характеристики.
4. Понятие «защита информации», основные правовые и нормативные документы Республики Беларусь, связанные с предметной областью защиты информации.
5. Понятие «информационная война» и основные методы противостояния информационным войнам.

Список источников для подготовки:

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

[https://www.elibrary.ru/download/elibrary\\_44595387\\_68650185.pdf](https://www.elibrary.ru/download/elibrary_44595387_68650185.pdf). – Дата доступа: 17.12.2021.

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

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

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

## 4.РАЗДЕЛ КОНТРОЛЯ ЗНАНИЙ

### 4.1 Перечень тем заданий для управляемой самостоятельной работы

#### *Методические рекомендации по организации и выполнению самостоятельной работы студентов*

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

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

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

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

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

#### *Задание 1 по теме 2 «Возникновение и развитие коммуникационной культуры общества»*

Заполните данную таблицу

<i>Положительные стороны</i>	<i>Отрицательные стороны</i>	<i>Обоснование</i>
<i>мультимедийности как этапа современного</i>	<i>мультимедийности как этапа современного</i>	

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

**Задание 2 по теме 12. «Формы смыслового взаимодействия в коммуникациях»**

Ответьте на следующие вопросы и аргументируйте свой ответ.

- Протяженность межличностной дистанции в диалоге зависит от:
  - культурных традиций;
  - воспитания;
  - гендерной принадлежности;
  - политических взглядов;
  - социального статуса,
  - личностных особенностей

(можно выбрать несколько вариантов ответа).

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

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

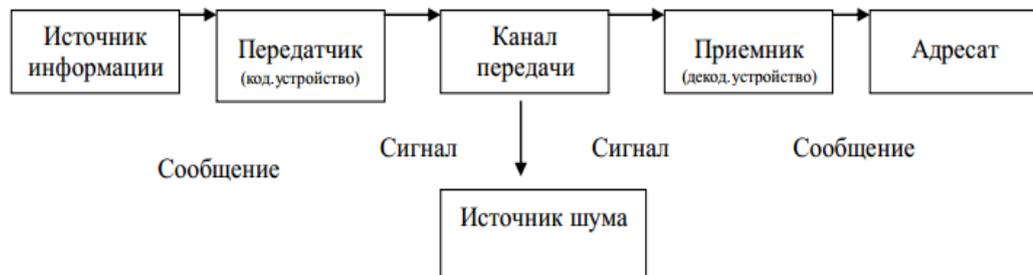
**Задание 3 по теме 13 «Модели и структурные компоненты коммуникаций»**

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

*Модель Г. Лассуэлла*

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

*Модель К. Шеннона и У. Уивера*



**Задание 4 по теме 14 «Доминанты коммуникации и их классификация»**

Определите стереотипы, характерные для вашей коммуникативной практики

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

Возрастные	1. 2. 3. (и т.д.)	
Культурные	1. 2. 3. (и т.д.)	
Стереотипы коммуникации	1. 2. 3. (и т.д.)	
Стереотипы поведения	1. 2. 3. (и т.д.)	

***Задание 5 по теме 18 «Информация как основа коммуникативного процесса. Средства массовой информации»***

1. Составьте анкету, содержащую различные варианты вопросов, касающихся наиболее интересной тематики при чтении журналов, газет, прослушивании радио, просмотре ТВ и социальных сетей.
2. Опросите группу друзей (или родственников) из 10 (и более) человек.
3. Оформите отчет, где необходимо указать:
  - Наиболее популярные СМИ;
  - Тематику полученной посредством различных СМИ информации;
  - Имеет ли место манипуляция или пропаганда, и если имеет, то указать критерии, по которым Вы определили данные методы влияния, с названием конкретного средства массовой информации.

## 4.2 Перечень вопросов к экзамену

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

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

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

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

### 4.3. Критерии оценки результатов учебной деятельности студентов

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

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

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

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

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

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

практического характера, слабая презентация материалов по профессиональным коммуникациям).

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

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

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

## 5. ВСПОМОГАТЕЛЬНЫЙ РАЗДЕЛ

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

Название темы	Количество аудиторных часов		Количество часов СРС	Форма контроля знаний
	лекции	семинарские занятия		
Тема 1. Введение в учебную дисциплину	2		1	Фронтальный опрос, самоконтроль знаний.
Тема 2. Возникновение и развитие коммуникационной культуры общества	2	2	2	Фронтальный опрос, выступления с докладами и презентациями, самоконтроль знаний, проверка заданий по УСР.
Тема 3. Коммуникации в эпоху Античности	2		2	Фронтальный опрос, самоконтроль знаний.
Тема 4. Коммуникационные процессы в Средние века	2		2	Фронтальный опрос, самоконтроль знаний.
Тема 5. Проблематика коммуникации в эпоху Возрождения и в эпоху Просвещения	4		2	Фронтальный опрос, самоконтроль знаний.
Тема 6. Исследования коммуникационных процессов в XIX – первой трети XX века	2		2	Фронтальный опрос, самоконтроль знаний.
Тема 7. Развитие теории коммуникации в 1930-х – 1990-х гг.:	4	2	2	Фронтальный опрос, самоконтроль знаний, выступления с докладами и презентациями.

основные концепции и их научное значение				
Тема 8. Коммуникации как объект исследования современной науки	2		2	Фронтальный опрос, самоконтроль знаний.
Тема 9. Типология коммуникаций		2	2	Выступления с докладами и презентациями, самоконтроль знаний.
Тема 10. Функции, принципы, средства, каналы коммуникаций		2	2	Выступления с докладами и презентациями, самоконтроль знаний.
Тема 11. Речевая деятельность и общение в коммуникации		2	2	Выступления с докладами и презентациями, самоконтроль знаний
Тема 12. Формы смыслового взаимодействия в коммуникациях		2	2	Выступления с докладами и презентациями, самоконтроль знаний, проверка заданий по УСР.
Тема 13. Модели и структурные компоненты коммуникаций	4		2	Фронтальный опрос, самоконтроль знаний, проверка заданий по УСР.
Тема 14. Доминанты коммуникации и их классификация	2		2	Фронтальный опрос, самоконтроль знаний. проверка заданий по УСР.
Тема 15. Личность как субъект коммуникативного процесса	2		2	Фронтальный опрос, самоконтроль знаний.
Тема 16. Коммуникатор и аудитория		2	2	Выступления с докладами и презентациями, самоконтроль знаний.
Тема 17. Обратная связь и эффективность		2	2	Выступления с докладами и презентациями, самоконтроль знаний

коммуникаций				
Тема 18. Информация как основа коммуникативного процесса. Средства массовой информации	2	2	2	Фронтальный опрос. Выступление с докладами и презентациями, самоконтроль знаний. Проверка заданий по УСР.
Тема 19. Информация как объект защиты, Информационные войны	2	2	2	Фронтальный опрос, выступление с докладами и презентациями, самоконтроль знаний.
Тема 20. Основные аспекты межкультурной коммуникации	2		1	Фронтальный опрос, самоконтроль знаний.
<b>Всего</b>	<b>34</b>	<b>20</b>	<b>38</b>	<b>Экзамен</b>

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

Название темы	Количество аудиторных часов		Форма контроля знаний
	лекции	семинарские занятия	
Тема 1. Введение в учебную дисциплину	2		Фронтальный опрос, самоконтроль знаний.
Тема 11. Речевая деятельность и общение в коммуникации		2	Выступления с докладами и презентациями, самоконтроль знаний
Тема 13. Модели и структурные компоненты коммуникаций	2		Фронтальный опрос, самоконтроль знаний
Тема 15. Личность как субъект коммуникативного процесса	2		Фронтальный опрос, самоконтроль знаний
Тема 16. Коммуникатор и аудитория		2	Выступления с докладами и презентациями, самоконтроль знаний
Тема 17. Обратная связь и эффективность коммуникаций		2	Выступления с докладами и презентациями, самоконтроль знаний
Тема 18. Информация как основа коммуникативного процесса. Средства массовой	2		Фронтальный опрос, самоконтроль знаний

информации			
Тема 19. Информация как объект защиты, Информационные войны	2		Фронтальный опрос, самоконтроль знаний.
<b>Всего</b>	<b>10</b>	<b>6</b>	<b>Экзамен</b>

### 5.3. Основная литература

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

#### 5.4. Дополнительная литература

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

10. Корнилов, О. А. Контексты межкультурной коммуникации : учеб. пособие / О. А. Корнилов. – М. : КДУ, 2019. – 183 с.
11. Лазаревич, А. А. Становление информационного общества: коммуникационно-эпистемологические и культурно-цивилизационные основания : [моногр.] / А. А. Лазаревич ; [науч. ред. И. Я. Левяш]. – Минск : Беларуская навука, 2015. – 536 с.
12. Межкультурная коммуникация в условиях глобализации : учеб. пособие / В. С. Глаголев [и др.] ; [ред.-сост. В. С. Глаголев]. – Изд. 2-е, перераб. и доп. – М. : Проспект, 2019. – 199 с.
13. Новиков, В. В. Технологии пропаганды: учеб.-метод. пособие / В. В. Новиков, К. Д. Герасимов. – 3-е изд., стер. – М. : Флинта : Екатеринбург, Издательство Уральского университета, 2019. – 146 с.
14. Перепелица, Е. В. Государство и общество: концептуальные основы сетевой коммуникации: [моногр.] / Е. В. Перепелица. – Минск : Право и экономика, 2021. – 303 с.
15. Петрович, М. В. Переговорный процесс: учеб. пособие для студентов учреждений высшего образования по специальности «Маркетинг» / М. В. Петрович, С. П. Мармашова. – Минск : Амалфея, 2021. – 403 с.
16. Почепцов, Г. Н. Информационные войны: [новый инструмент политики] / Г. Г. Почепцов. – М. : Алгоритм, 2015. – 254 с.
17. Профессиональные коммуникации: История и теория коммуникации [Электронный ресурс]: учеб.-метод. комплекс по учебной дисциплине для специальности 1-21 04 01 Культурология, направления специальности 1-21 04 01-02 Культурология (прикладная), специализации 1-21 04 01-02 02 Менеджмент международных культурных связей, специализации 1-21 04 01-02 03 Менеджмент рекламы и общественных связей / Белорусский государственный университет культуры и искусств, Факультет культурологии и социокультурной деятельности, Кафедра межкультурных коммуникаций; сост. А. В. Морозов. – Электрон. текст. дан. – Минск, 2018. – 104 с. : табл. – Библиогр.: с. 102-104 (25 назв.). – Режим доступа: <http://repository.buk.by/handle/123456789/18542>. – Заглавие
18. Поплавская, Т. В. Пойми меня правильно: интерпретация коммуникативного поведения: учеб. пособие / Т. В. Поплавская, Т. А. Сыроева. – М. : Флинта, 2019. – 270 с.
19. Скибицкий, Э. Г. Научные коммуникации : учеб. пособие для бакалавриата и магистратуры / Э. Г. Скибицкий, Е. Т. Китова. – 2-е изд. – М. : Юрайт, 2018. – 204 с.

20. Сорокина, Э. А. Основы теории межкультурной коммуникации [Электронный ресурс]: учебное пособие / Э. А. Сорокина. — Москва : РУТ (МИИТ), 2019. — 251 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/175782>.
21. Таратухина, Ю. В. Межкультурная коммуникация в информационном обществе : учеб. пособие / Ю. В. Таратухина, Л. А. Цыганова, Д. Э. Ткаленко. — М. : Издательский дом Высшей школы экономики, 2019. — 254 с.
22. Таратухина, Ю. В. Межкультурная коммуникация. Семиотический подход : учебник и практикум для академического бакалавриата : учеб. и практикум для студентов высших учебных заведений, обучающихся по гуманитарным направлениям / Ю. В. Таратухина, Л. А. Цыганова. — М. : Юрайт, 2019. — 197 с.
23. Третьяк, Г. Е. Кризисные коммуникации - феномен социокультурной действительности : монография / Г. Е. Третьяк. - Москва : Русайнс, 2020. - 133, [1] - С. 4-75, 115-128.
24. Филиппенко, В.В. Детерминанты творчества личности: культурологический аспект [Электронный ресурс] / В. В. Филиппенко // Вестник Полоцкого государственного университета. Серия Е. Педагогические науки. — 2013. — №15. — С. 117-120. — Режим доступа: <http://hdl.handle.net/123456789/11606>. — Дата доступа: 15.08.21.
25. Хведченя, Л. В. Социокультурное общение: учеб.-метод. пособие для студентов неязыковых специальностей учреждений высшего образования / Л. В. Хведченя, А. М. Ковальчук, Э. В. Рунцова. — Минск : БГУ, 2020. — 173 с.
26. Шарков, Ф. И. Интегрированные коммуникации. Реклама, публич рилейшнз, брендинг : учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности "Реклама и связи с общественностью" / Ф. И. Шарков. — М. : Дашков и К\*, 2016. — 336 с.
27. Щеглов, А. Ю. Защита информации: основы теории : учеб. для бакалавриата и магистратуры / А. Ю. Щеглов. — М. : Юрайт, 2020. — 308 с. Эдвардс, Н. М. Интерпретация коммуникативного поведения: учеб.-метод. пособие: [для студентов 4-го курса факультета международных бизнес-коммуникаций БГЭУ, а также филологических факультетов других учебных заведений] / Н. М. Эдвардс. — Минск : БГЭУ, 2019. — 149 с.