

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Оренбургский государственный университет»

Кафедра журналистики

Л.В. Антилогова

ПРАКТИЧЕСКИЕ ЗАНЯТИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ «ТЕОРИЯ КОММУНИКАЦИИ»

Методические указания

Рекомендовано к изданию редакционно-издательским советом федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Оренбургский государственный университет» для обучающихся по образовательной программе высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Оренбург
2019

УДК 316.28 (076.5)
ББК 60.524.224.51я7
А 69

Рецензент – кандидат филологических наук, доцент И.А. Дымова

- А 69** **Анпилогова, Л.В.**
Практические занятия по дисциплине «Теория коммуникации»: методические указания/ Л.В. Анпилогова; Оренбургский гос. ун-т. - Оренбург: ОГУ, 2019.

Методические указания «Практические занятия по дисциплине «Теория коммуникации», написанные к.п.н., доцентом Л.В. Анпилоговой, содержат план практических занятий и основное содержание рассматриваемых на них вопросов, рекомендуемую литературу, список использованных источников.

Представленные методические указания адресованы обучающимся по образовательной программе высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью очной и заочной форм обучения.

УДК 316.28 (076.5)
ББК 60.524.224.51я7

© Анпилогова Л.В., 2019
© ОГУ, 2019

Содержание

Пояснительная записка	4
1 Содержание практических занятий по дисциплине «Теория коммуникации»	12
1.1 Тема «Коммуникация в современном обществе»	12
1.2 Тема «Основные виды коммуникации»	14
1.3 Тема «Модели коммуникации. Коммуникативные модели в массовой культуре»	17
1.4 Тема «Прикладные модели массовой коммуникации»	19
1.5 Тема «Модели коммуникации в гуманитарных областях человеческой деятельности»	23
1.6 Тема «Модели кризисных коммуникаций»	26
1.7 Тема «Управление коммуникативными процессами»	28
1.8 Тема «Коммуникация в организациях»	31
2 Литература, рекомендуемая для изучения дисциплины	35
2.1 Основная литература	35
2.2 Дополнительная литература	36
2.3 Периодические издания	36
2.4 Интернет-ресурсы	37
Список использованных источников	38

Пояснительная записка

Методические указания «Практические занятия по дисциплине «Теория коммуникации» адресованы обучающимся по образовательной программе высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Практическое занятие - это форма организации учебного процесса, предполагающая выполнение студентами по заданию и под руководством преподавателя одной или нескольких практических работ.

Дидактическая цель практических занятий - формирование у студентов профессиональных, а также практических умений, необходимых для будущей профессиональной деятельности. Практическое занятие в вузе - это основной вид учебных занятий, направленный на формирование учебных и профессионально-практических умений и навыков студентов. Они играют важную роль в процессе обучения будущих PR-специалистов.

Практические занятия по дисциплине «Теория коммуникации» предусмотрены учебным планом и рабочей программой, их значение состоит в том, что они:

- способствуют развитию у студентов умения применять теоретические знания к решению задач практической деятельности;
- ведут непосредственные наблюдения за происходящими в жизни общества процессами и явлениями;
- на основе анализа результатов наблюдения студенты учатся самостоятельно делать выводы и обобщения;
- приобретают самостоятельно знания и практические навыки, необходимые для будущей профессиональной деятельности PR-специалиста.

Задача преподавателя на практическом занятии заключается в том, чтобы методически правильно организовать выполнение студентами практических работ, умело направлять деятельность студентов, обеспечить занятие необхо-

димыми инструкциями, методическими пособиями, материалом и оборудованием; четко поставить учебно-познавательные цели занятия. Важно также при проведении практических занятий ставить перед студентами вопросы творческого характера, требующие самостоятельной постановки и решения проблемы. Преподаватель осуществляет контроль за работой каждого студента, оказывает помощь тем, кто в этом нуждается, дает индивидуальные консультации, всемерно поддерживает активную познавательную деятельность всех студентов.

Основными требованиями к содержанию практических занятий являются:

- соответствие ФГОС и рабочей программе учебной дисциплины;
- построение занятия на научной основе, общечеловеческих идеалах и ценностях, нравственных принципах и новейших достижениях современной науки;
- воспитательная направленность занятий;
- реализация внутри и междисциплинарных логических связей, обеспечивающих преемственность рассматриваемых вопросов, синтеза содержания практического занятия с содержанием лекционного материала.

Предлагаемые практические занятия должны отвечать следующим основным методическим требованиям:

- целостность и дидактическая обоснованность содержания каждого занятия;
- систематизированность, логическая последовательность в рассмотрении материала занятия;
- рациональное использование методических приемов и технологий обучения;
- высокая научность содержания, четкость формулировок, логическая стройность аргументации, точность фактических данных, грамотно составленный научный аппарат.

Практические занятия по дисциплине «Теория коммуникации» должны решать следующие задачи:

- знать основные техники осуществления коммуникации для решения коммуникативных задач в сфере профессиональной деятельности;

- получить представление о процессе моделирования различных коммуникативных ситуаций, возникающих в процессе профессиональной деятельности;

- сформировать навыки коммуникативного взаимодействия в обществе;

- сформировать навыки культуры речевого поведения, позволяющие ориентироваться в коммуникативном процессе;

- учитывать специфику коммуникативной аудитории;

- овладеть техникой различных видов коммуникативной деятельности;

- владеть изобразительными средствами выражения мысли;

- уметь работать с фактами, материалом, примерами сравнения, ссылками;

- формировать у будущих специалистов по рекламе и связям с общественностью коммуникативные умения и навыки в процессе деятельности как обязательного условия их профессионального мастерства, способствующего активизировать внутренние резервы, энергию человека и направить их на созидание себя и других;

- анализировать коммуникативные модели, необходимые для использования в профессиональной деятельности;

- уметь управлять коммуникативными процессами в массовой культуре.

При отборе содержания практических занятий по дисциплине «Теория коммуникации» необходимо руководствоваться перечнем профессиональных умений, которые должны быть сформированы у специалиста по PR-деятельности в процессе изучения данной дисциплины. Основой для определения полного перечня работ являются квалификационные требования к специалисту. Предлагаемые занятия по изучаемой дисциплине отвечают требованиям формирования следующих компетенций у студентов:

- ОК-6 способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия;

- ОК-7 способностью к самоорганизации и самообразованию;
- ОПК-4 умением планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия;
- ПК-6 способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации;
- ПК-7 способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий.

План практических занятий по дисциплине «Теория коммуникации» представлен в количественном соотношении в соответствии со следующими разделами (темами) дисциплины в таблице 1.

Таблица 1 - Соответствие разделов (тем) дисциплины и количества часов для практических занятий

№ п/п	Разделы (темы) учебной дисциплины	Количество часов для практических занятий	
		Очная форма обучения	Заочная форма обучения
1	Коммуникация в современном обществе.	2	1
2	Основные виды коммуникации.	2	1
3	Модели коммуникации. Коммуникативные модели в массовой культуре.	2	1
4	Прикладные модели массовой коммуникации.	2	1
5	Модели коммуникации в гуманитарных областях человеческой деятельности.	2	1
6	Модели кризисных коммуникаций.	2	1
7	Управление коммуникативными процессами в деятельности специалиста по рекламе и PR.	2	1
8	Коммуникация в организациях.	2	1
	Итого:	16	8

Содержание практических занятий по курсу для студентов очной формы обучения представлено в таблице 2, для студентов заочной формы обучения – в таблице 3.

Таблица 2 – Содержание практических занятий по темам дисциплины для студентов очной формы обучения

№ занятия	№ раздела	Тема
1	1	1 Роль коммуникации в современном обществе.
2-3	2	1 Особенности невербальной коммуникации. 2 Роль невербальной коммуникации в отношениях между культурами.
3-4	3	1 Особенности невербальной коммуникации. 2 Роль невербальной коммуникации в отношениях между культурами.
5	4	1 Методы анализа массовой коммуникации. 2 Коммуникативное пространство в массовой культуре.
6	5	1 Мифологическая коммуникация. 2 Роль мифологии во взаимодействии разных типов коммуникаций.
7	6	1 Механизмы коммуникативного воздействия в условиях кризисных коммуникаций.
8	7	1 Пропагандистские компании. Модели пропагандистской коммуникации.
9	8	1 Работа в пресс-центрах, пресс-службах, в отделах печати, средствах массовой информации (СМИ), отделах по связям с общественностью, центрах общественных связей, отделах рекламы, в коммуникационных агентствах. 2 Корпоративная культура. 3 Правила речевого этикета и ведения диалога.

Таблица 3 - Содержание практических занятий по темам дисциплины для студентов заочной формы обучения

№ занятия	№ раздела	Тема
1	1	1 Роль коммуникации в современном обществе.
1	2	1 Особенности невербальной коммуникации. 2 Роль невербальной коммуникации в отношениях между культурами.
2	3	1 Особенности невербальной коммуникации. 2 Роль невербальной коммуникации в отношениях между культурами.
2	4	1 Методы анализа массовой коммуникации. 2 Коммуникативное пространство в массовой культуре.
3	5	1 Мифологическая коммуникация. 2 Роль мифологии во взаимодействии разных типов коммуникаций.
3	6	1 Механизмы коммуникативного воздействия в условиях кризисных коммуникаций.
4	7	1 Пропагандистские компании. Модели пропагандистской коммуникации.
4	8	1 Работа в пресс-центрах, пресс-службах, в отделах печати, средствах массовой информации (СМИ), отделах по связям с общественностью, центрах общественных связей, отделах рекламы, в коммуникационных агентствах. 2 Корпоративная культура. 3 Правила речевого этикета и ведения диалога.

Дополнительно для подготовки к практическим занятиям по данной дисциплине необходимо использовать ряд учебных пособий и методических указаний автора:

1 Культура массовых коммуникаций: учебное пособие для студентов специальностей социального и гуманитарного направлений; под ред. Л.В. Анпиловой; авт.-сост.: Л.В. Анпилова, В.И. Капустин. – Оренбург: Оренбургский институт экономики и культуры, 2011. – 433 с.

2 Анпилова, Л. В. Теория коммуникации [Электронный ресурс] : учебное пособие для студентов, обучающихся по программам высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью / Л. В. Анпилова, Ю. В. Кудахова. - Оренбург: ОГУ. - 2016. - 205 с.

3 Образовательные возможности общения в деятельности журналиста; сост. Л.В. Анпилова. – Оренбург: ОГУ, 2000.

4 Риторика: учебное пособие/ авт.-сост. и ред. Л.В. Анпилова. – Оренбург: Оренбургский институт экономики и культуры, 2010.

5 Культура профессионального общения журналиста: учебное пособие / под ред. Л. В. Анпиловой. - Оренбург: ОГУ, 2012. - 545 с.

6 Анпилова, Л. В. Методические рекомендации по дисциплине "Культура профессионального общения" [Электронный ресурс] / Л. В. Анпилова; М-во образования и науки Рос. Федерации, Оренбург.ин-т экономики культуры (Ин-т интеркультур. коммуникации), Каф. "Соц. работа и педагогика". - Оренбург : Оренбург.ин-т экономики и культуры. - 2004. - 49 с.;

7 Анпилова, Л. В. Методические рекомендации по дисциплине: "Культура массовых коммуникаций" [Текст] : специальность: культурология / Л. В. Анпилова; М-во образования и науки Рос. Федерации, Гос. образоват. учреждения высш. проф. образования "Оренбург.гос. ун-т", Каф. журналистики. - Оренбург : ОГУ, 2004. - 22 с.;

8 Анпилова, Л. В. Методические рекомендации по факультативу: "Культура массовых коммуникаций" [Текст] : специальность 350500 - Социальная работа / Л. В. Анпилова; М-во образования и науки Рос. Федерации, Оренбург.ин-т экономики и культуры. - Оренбург : Оренбург.ин-т экономики и культуры, 2004. - 22 с.

9 Анпилогова, Л. В. Практические занятия по дисциплине "Основы теории коммуникации" [Электронный ресурс] : методические указания для обучающихся по образовательной программе высшего образования по направлению подготовки 42.03.02 Журналистика / Л. В. Анпилогова; М-во науки и высш. образования Рос. Федерации, Федер. гос. бюджет.образоват. учреждение высш. образования "Оренбург. гос. ун-т", Каф. журналистики. - Оренбург : ОГУ. - 2019. - 39 с.

1 Содержание практических занятий по дисциплине «Теория коммуникации»

1.1 Тема «Коммуникация в современном обществе»

Содержание материала по теме:

- 1 Сущность понятия коммуникации.
- 2 Понятие коммуникации как процесса осуществления речевой деятельности.
- 3 Роль коммуникации в современном обществе.

Первые два вопроса темы включены в лекционный курс, третий вопрос выносится на практическое занятие для студентов очной и заочной форм обучения.

На практическое занятие по теме «Коммуникация в современном обществе» отводится 2 часа при очной форме обучения и 1 час при заочной форме обучения; его назначение заключается в знакомстве студентов с ролью коммуникации в современном обществе.

План занятия:

1 Роль коммуникации в современном обществе:

- особенности «информационного взрыва», характеризующего состояние общества;
- характеристика явлений, происходящих в сфере информационных процессов;
- появление потребности в создании «информационного общества», способного взять на себя разрешение проблемы информационного кризиса;
- сущность понятия информационного общества;

- основные положения теории информационного общества;
- базовые черты этого типа социальной организации, которые непосредственно связаны с коммуникацией;
- положительные и отрицательные стороны информационного общества.

Наименование оценочного средства: опрос, домашнее задание, тестовые задания.

Контрольные вопросы для закрепления материала по теме:

- 1 Что понимается под коммуникацией в широком смысле?
- 2 Что понимается под коммуникацией в узком смысле?
- 3 Что собой представляет процесс общения с точки зрения структуры?
- 4 Что собой представляет каждая из сторон общения?
- 5 Расскажите о коммуникативной стороне общения, её особенностях.
- 6 Что представляет собой коммуникация как процесс? Опишите подробно каждый из структурных элементов коммуникации.
- 7 В чем заключается особенность массовой коммуникации?
- 8 Что понимается под информационным обществом?
- 9 Каким образом понятие коммуникации связано с информационным обществом?
- 10 Что понимается под информацией?
- 11 Перечислите базовые черты информационного общества.

Домашнее задание:

Прочитайте статью «*Коммуникативные цели, речевые стратегии, тактики и приемы*» Е.М. Лазуткиной (см. приложение 5 в учебном пособии «Культура массовых коммуникаций») [10] и ответьте на следующие вопросы:

- На какие разряды делятся диалоги по коммуникативной установке?

- Для чего современному специалисту необходимо знание речевых стратегий? Что они обозначают? И где их следует использовать в вашей деятельности?

- Какие речевые тактики характерны для: а) кооперативной стратегии? б) некооперативной стратегии? в) установления коммуникативного лидерства?

- Как создается экспрессивность коммуникации?

- Какие риторические приемы характерны для разговорной речи?

- Как создается эстетическая атмосфера коммуникации?

Тестовые задания(в количестве 34 тестов) по теме «Коммуникация в современном обществе»представлены в системе «Аист»

1.2 Тема «Основные виды коммуникации»

Содержание материала по теме:

1 Вербальная коммуникация.

2 Соотношения между вербальной и невербальной коммуникациями.

3 Особенности невербальной коммуникации.

4 Роль невербальной коммуникации в отношениях между культурами.

Первые два вопроса темы включены в лекционный курс, третий и четвертый вопросы выносятся на практическое занятие для студентов очной и заочной форм обучения.

На практическое занятие по теме «Основные виды коммуникации» отводится 2 часа при очной форме обучения и 1 час при заочной форме обучения; его назначение заключается в достаточно подробном знакомстве студентов с особенностями невербальной коммуникации и её ролью в отношениях между культурами.

План занятия:

1 Особенности невербальной коммуникации:

- функции невербальной коммуникации;
- значение невербальных средств в общении;
- средства невербальной коммуникации: кинесика, паралингвистическая система, экстралингвистическая система, проксемика, визуальное общение, тактильные и ольфакторные средства;
- изучение внешнего облика человека.

2 Роль невербальной коммуникации в отношениях между культурами:

- значение времени в разных культурах;
- пространство в невербальной коммуникации;
- система иерархических отношений;
- создание атмосферы в деловых отношениях;
- культура ценностей.

Наименование оценочного средства: опрос, домашнее задание, тестовые задания.

Контрольные вопросы для закрепления материала (опроса) по теме:

- 1 На какие виды делится коммуникация? Расскажите о каждом из них.
- 2 Каким образом осуществляется передача и восприятие информации в коммуникативном процессе?
- 3 Опишите модель коммуникативного процесса, по Г. Лассуэллу?
- 4 Назовите основные аспекты коммуникации. Охарактеризуйте каждый из них.
- 5 Каковы соотношения между вербальной и невербальной коммуникациями?
- 6 Назовите средства невербальной коммуникации, что они вносят в общение? Охарактеризуйте каждое средство невербальной коммуникации.

7 Какова роль невербальной коммуникации в отношениях между культурами?

Домашнее задание:

1 Используя материал статьи Б.Н. Лозовского «*В лабиринтах доверия*» из книги «Искусство разговаривать и получать информацию» (см. приложение 11 в учебном пособии «Культура массовых коммуникаций») [10]), ответьте на следующие вопросы:

- Какую информацию можно считать доверительной?
- Можно ли вызвать человека на откровенность? Если да, то, каким образом? (Ответ аргументируйте примерами из текста).
- От чего зависит доверие между людьми? И какие пути для его достижения можно использовать?
- Какова роль невербальной коммуникации в достижении доверия?

2 Прокомментируйте следующие высказывания:

- И. Гете: *«Нет ничего внутри, ничто не исходит оттуда, поскольку все, что внутри, - снаружи»;*
- Лорда Честерфильда в «Письме к сыну»: *«Образование приобретается чтением книг, но другое, более важное образование - знание мира, - приобретается только чтением людей и изучением различных их изданий».*

Тестовые задания(в количестве 14 тестов) по теме «Основные виды коммуникации» представлены в системе «Аист».

1.3 Тема «Модели коммуникации. Коммуникативные модели в массовой культуре»

Содержание материала по теме:

- 1 Особенности коммуникативных моделей.
- 2 Социологические и психологические модели коммуникации.
- 3 Семиотические модели.
- 4 Модели психотерапевтической коммуникации.

Первые два вопроса темы включены в лекционный курс, третий и четвертый вопросы выносятся на практическое занятие для студентов очной и заочной форм обучения.

На практическое занятие по теме «Модели коммуникации. Коммуникативные модели в массовой культуре» отводится 2 часа при очной форме обучения и 1 час при заочной форме обучения; его назначение заключается в знакомстве студентов с семиотическими моделями и моделями психотерапевтической коммуникации.

План занятия:

1 Семиотические модели:

- модель Романа Якобсона: шесть основных функций языка, общие черты знаков;

- модель Юрия Лотмана: коммуникация как перевод текста с языка моего «я» на язык твоего «ты», типы получения информации, особенности фольклорного и светского сознания, коммуникативные модели «Я - ОН» и «Я - Я», специфика визуальной коммуникации, культура как генератор кодов;

- модель Умберто Эко: семиотики объекта, роль визуальной коммуникации, исследование коммуникации в рамках массовой культуры.

2 Модели психотерапевтической коммуникации:

- нейролингвистическое программирование: коммуникативные каналы получения информации, «система якорей»;
- психоанализ: модель З. Фрейда, модель Юнга;
- групповая психотерапия: психодрама, группа встреч и др.

Наименование оценочного средства: опрос, домашнее задание, тестовые задания, семиотическая игра «МПС».

Контрольные вопросы для закрепления материала (опроса) по теме:

- 1 В чем заключаются особенности коммуникативных моделей? Представьте их общую структуру.
- 2 Перечислите социологические и психологические модели коммуникации.
- 3 Расскажите об одноступенчатой и двухступенчатой моделях коммуникации.
- 4 Расскажите об особенностях модели «Спираль молчания».
- 5 Прокомментируйте особенности диффузной теории.
- 6 Расскажите о модели привратника.
- 7 Расскажите об особенностях модели «Структура новостей».
- 8 Что собой представляет модель метафоры?
- 9 Назовите семиотические модели. В чем заключается их особенность?
- 10 В чем заключается специфика моделей Р. Якобсона, Ю. Лотмана, У. Эко?
- 11 Назовите модели психотерапевтической коммуникации.
- 12 В чем заключается особенность НЛП?
- 13 Что собой представляет психоанализ?
- 14 Расскажите о моделях психоанализа (З. Фрейда, К. Юнга).
- 15 Что собой представляет групповая психотерапия? Приведите примеры.

Домашнее задание:

1 Охарактеризуйте каждый фактор, который показывает процесс коммуникации в зависимости от его нормы и содержания, учитывая специфику вашей будущей профессии.

2 Приведите свои примеры (из жизни, печати, телевидения, радио, литературы и т.д.), поясняющие одноступенчатую и двухступенчатую модели коммуникации.

3 Приведите примеры действия коммуникативной модели «Спираль молчания» в предвыборной кампании.

Семиотическая игра «МПС».

Методика проведения игры объясняется непосредственно на занятии.

Тестовые задания (в количестве 30 тестов) по теме «Модели коммуникации. Коммуникативные модели в массовой культуре» представлены в системе «Аист».

1.4 Тема «Прикладные модели массовой коммуникации»

Содержание материала по теме:

1 Модели коммуникации в решении специальных задач массовой культуры.

2 Использование прикладных моделей коммуникации в массовой культуре.

3 Модели массовой коммуникации.

4 Методы анализа массовой коммуникации.

5 Коммуникативное пространство в массовой культуре.

Первые три вопроса темы включены в лекционный курс, четвертый и пятый вопросы выносятся на практическое занятие для студентов очной и заочной форм обучения.

На практическое занятие по теме «Прикладные модели массовой коммуникации» отводится 2 часа при очной форме обучения и 1 час при заочной форме обучения; его назначение заключается в изучении методов анализа массовой коммуникации и рассмотрении роли коммуникативного пространства в массовой культуре.

План занятия:

1 Методы анализа массовой коммуникации:

- контент-анализ: использование контент-анализа, характеристики данного метода, условия эффективного использования метода, единица анализа;

- анализ слухов: слух как коммуникативная единица, определение слуха, коммуникативные характеристики слуха, слух как самотранслируемое сообщение, свойства самотранслируемости слуха, коммуникативная составляющая слуха.

2 Коммуникативное пространство в массовой культуре:

- коммуникативное пространство как базовое понятие для анализа массовой коммуникации;

- структурированность коммуникативного пространства;

- вербальная коммуникация в рамках коммуникативного пространства;

- визуальная коммуникация в рамках коммуникативного пространства;

- перформансная коммуникация в рамках коммуникативного пространства.

Наименование оценочного средства: опрос, домашнее задание, тестовые задания, сообщения.

Контрольные вопросы для закрепления материала (опроса) по теме:

- 1 Откуда человек получает большую часть информации, необходимой для своей жизнедеятельности?
- 2 Охарактеризуйте особенности неопределенной и определенной информационной среды.
- 3 Что понимается под распределением неопределенности?
- 4 Что собой представляют слухи?
- 5 Назовите стратегические модели информационных операций.
- 6 Каким образом сегодня осуществляется информационное воздействие?
Перечислите все известные вам способы.
- 7 Что понимается под информационной асимметрией?
- 8 Назовите типы информационного взаимодействия, существующие в теории коммуникации.
- 9 Какие модели массовой культуры вы знаете? Назовите особенности каждой из них.
- 10 Чем отличаются модели Э. Ноэль-Нойман, Т. Паттерсона и У. Гемсона?
- 11 Что собой представляет коммуникативное пространство в массовой коммуникации?
- 12 Расскажите о действии вербальной, визуальной, перформансной коммуникаций в рамках коммуникативного пространства массовой коммуникации.

Домашнее задание:

Проанализируйте модели массовой культуры (модели Ю. Лотмана, Дж. Фиске, Р. Ходжа - Г. Кресса, Л. Ионина и Т. Чередниченко) и отметьте их сходство и отличие. Поразмышляйте над тем, насколько знание их особенностей важно для современного человека?

Примерные темы для сообщения:

1 Специфика коммуникации в решении специальных задач массовой культуры.

2 Слухи, их использование в PR кампаниях.

3 Военные конфликты, роль массмедиа в них.

4 Использование прикладных моделей в предвыборных технологиях.

5 Модели коммуникации в массовой культуре, их использование в деятельности журналиста (по выбору студента):

- модель Ю. Лотмана;
- модель Дж. Фиске;
- модель Р. Ходжа - Г. Кресса;
- модель Л. Ионина;
- модель Т. Чередниченко.

6 Модели массовой коммуникации, их использование в журналистике (по выбору студента):

- модель У. Гемсона;
- модель Э. Ноэль-Нойман;
- модель Т. Паттерсона.

7 Методы анализа массовой коммуникации (контент-анализ).

8 Методы анализа массовой коммуникации (анализ слухов).

9 Коммуникативное пространство в массовой культуре:

- вербальная коммуникация в рамках коммуникативного пространства;
- визуальная коммуникация в рамках коммуникативного пространства;
- перформансная коммуникация в рамках коммуникативного пространства.

Тестовые задания(в количестве 46 тестов) по теме «Прикладные модели массовой коммуникации» представлены в системе «Аист».

1.5 Тема «Модели коммуникации в гуманитарных областях человеческой деятельности»

Содержание материала по теме:

1 Имиджевая коммуникация.

2 Соотношения художественной коммуникации и коммуникации масс-медиа.

3 Мифологическая коммуникация.

4 Роль мифологии во взаимодействии разных типов коммуникаций.

Первые два вопроса темы включены в лекционный курс, третий и четвертый вопросы выносятся на практическое занятие для студентов очной и заочной форм обучения.

На практическое занятие по теме «Модели коммуникации в гуманитарных областях человеческой деятельности» отводится 2 часа при очной форме обучения и 1 час при заочной форме обучения; его назначение заключается в знакомстве студентов с мифологической коммуникацией и ролью мифологии во взаимодействии разных типов коммуникаций.

План занятия:

1 Мифологическая коммуникация:

- формы современного мифа;
- миф как определенная грамматика поведения;
- определенные символические характеристики мифа;
- мифология в качестве образцов для подражания;
- политическая мифология;
- функции мифов в современном обществе;
- мифологичность современной массовой коммуникации и массовой культуры;

- параметры мифологических текстов;
- соединение в мифе рационального и иррационального;
- эффективность воздействия мифа.

2 Роль мифологии во взаимодействии разных типов коммуникаций:

- понятие современного мифа;
- мифопорождающие машины современной цивилизации;
- мифология в масс-медиа, её парадоксы;
- мифология в кино;
- мифология на телевидении;
- мифология в литературе.

Наименование оценочного средства: опрос, домашнее задание, тестовые задания.

Контрольные вопросы для закрепления материала (опроса) по теме:

- 1 Что включает в себя понятие «имидж»?
- 2 Что влияет на принятие решения человека в первые десять секунд общения?
- 3 Назовите основные параметры характеристики имиджа.
- 4 Какие форматы, выгодные (благоприятные) для лидера, должен создавать имиджмейкер?
- 5 В каких сферах деятельности человека особенно важен имидж?
- 6 Перечислите характеристики двух вариантов порождения символической реальности - художественной коммуникации и масс-медиа. В чем заключаются особенности каждого из данных видов коммуникации?
- 7 Каковы особенности мифологической коммуникации?
- 8 В каких сферах человеческой деятельности сегодня используется мифологическая коммуникация?

9 Какова роль мифологии во взаимодействии разных типов коммуникаций?

10 Какова роль мифа в масс-медиа?

11 Какова роль мифа в кино?

12 Какова роль мифа на телевидении?

13 Какова роль мифа в литературе?

Домашнее задание:

1 Приведите примеры мифологизации: в кино, литературе, масс-медиа, рекламе, PR-кампаниях, на телевидении.

2 Проанализируйте особенности мифологической коммуникации в отрывках из рассказов А. Кононова о Чапаеве, входивших в обязательную советскую агиографию. Вот один из рассказов – «Красный автомобиль», где Чапаев с шофером едут в село, говоря о том, что скоро будут пить чай. Заехав, они обнаруживают, что ошиблись - село занято белыми:

«Чапаев оглянулся вокруг и понял, что дело неладно. У церкви стоял и вглядывался в автомобиль человек с погонами на плечах. В нем нетрудно было признать белого офицера. Не сводя глаз с машины, он расстегнул висевшую у пояса кобуру и вынул наган».

Шофер пытается завести машину, и тут время начинает растягиваться, подчиняясь своему собственному ритму. Появились солдаты.

«В это время у церкви, где стоял офицер, раздался выстрел. Пуля пропела над самым ухом шофера. Но он уже завёл мотор и вскочил в кабину. Машину сильно рвануло - шофер сразу взял самую бешеную скорость».

Проявление действий самого Чапаева затягивается. Но...

«Теперь со всех сторон бежали к ним белые. Но скоро остановились: машина круто повернула, Чапаев открыл стрельбу из пулемета».

Завершение героической ситуации всегда обладает приятными ассоциациями для читателя, поскольку здесь норма проявляется на фоне только что прозвучавшей ненормы.

«Чапаев вдруг засмеялся:

- Вот так напилась чаю!

- Шофер не расслышал: скорость была бешеной, ветер свистел в ушах. А когда машина пошла тише, шофер услышал:

По морям, по волнам,

Нынче - здесь, завтра там... По-о моря-ам...».

Тестовые задания по теме «Модели коммуникации в гуманитарных областях человеческой деятельности» представлены в системе «Аист».

1.6 Тема «Модели кризисных коммуникаций»

Содержание по теме:

1 Понятие кризисных коммуникаций.

2 Особенности кризисных коммуникаций.

3 Механизмы коммуникативного воздействия в условиях кризисных коммуникаций.

Первые два вопроса темы включены в лекционный курс, третий вопрос выносится на практическое занятие для студентов очной и заочной форм обучения.

На практическое занятие по теме «Модели кризисных коммуникаций» отводится 2 часа при очной форме обучения и 1 час при заочной форме обучения; его назначение заключается в знакомстве студентов с механизмами коммуникативного воздействия, работающими в условиях кризисных коммуникаций.

План занятия:

1 Механизмы коммуникативного воздействия в условиях кризисных коммуникаций:

- особые условия протекания кризисной коммуникации;
- характерная особенность управления коммуникациями в условиях кризиса - разработка не только моделей порождения информации, но и моделей блокирования ненужной информации;
- семиотические механизмы воздействия;
- коммуникативные механизмы воздействия;
- когнитивные механизмы воздействия.

Наименование оценочного средства: Опрос, домашнее задание, тестовые задания, игра «Золотые орехи».

Контрольные вопросы для закрепления материала (опроса) по теме:

- 1 Что собой представляют кризисные коммуникации?
- 2 Назовите основные аспекты кризисной ситуации.
- 3 Что мешает достичь необходимого результата при решении кризисной ситуации?
- 4 Какие классификации кризисов существуют?
- 5 В чем заключается сложность кризисной ситуации?
- 6 Что включает в себя подготовка к кризису?
- 7 Назовите типичные ошибки, совершаемые человеком при столкновении с кризисом.
- 8 Какую роль играют СМИ в период развития кризисной коммуникации? Приведите примеры.
- 9 Что собой представляет кризисная команда?
- 10 Какие модели коммуникативного воздействия в условиях кризисных ситуаций вы знаете? Расскажите о каждой из них.

Домашнее задание:

Прокомментируйте следующие высказывания:

- Ф. Зейтеля: *«Говорите все и говорите это поскорее»;*

- Ф. Джефкинса: *«Компанию будут уважать за честность, если она публично признает ошибку и предложит исправить ее, предложит возмещение или замену».*

Игра «Золотые орехи» по решению кризисной ситуации предлагается студентам непосредственно на занятии. Для её выполнения необходимо создать две команды, каждая из которых получает свое задание. Цель игры заключается в поиске единого решения кризисной ситуации.

Тестовые задания (в количестве 59 тестов) по темам: «Модели коммуникации в гуманитарных областях человеческой деятельности» и «Модели кризисных коммуникаций» представлены в системе «Аист».

1.7 Тема «Управление коммуникативными процессами»

Содержание по теме:

1 Особенности управления коммуникативными процессами.

2 Аргументирующая коммуникация как один из способов управления коммуникативными процессами.

3 Пропагандистские компании. Модели пропагандистской коммуникации.

Первые два вопроса темы включены в лекционный курс, третий вопрос выносится на практическое занятие для студентов очной и заочной форм обучения.

На практическое занятие по теме «Управление коммуникативными про-

цессами» отводится 2 часа при очной форме обучения и 1 час при заочной форме обучения; его назначение заключается в анализе пропагандистских компаний и знакомстве с моделями пропагандистской коммуникации.

План занятия:

1 Пропагандистские компании. Модели пропагандистской коммуникации:

- реклама – рекламные коммуникации как вид пропагандистских компаний;
- роль лидеров мнения в воздействии средств массовой коммуникации;
- особая роль личностных контактов для передачи информации;
- выдвижение негативных мишеней и позитивных целей;
- особенности пропагандистской коммуникации: пропаганда «мысленная война»; резкий рост объема информации, которую граждане стали получать вне контроля своих национальных правительств; Информация начинает нести в себе как созидательную, так и разрушительную силу, но гораздо в более значительной степени, чем ранее; возросла роль публичной информации в принятии политических решений;
 - понятие «информационной войны»;
 - когнитивная модель мира, в основе которой лежит «когнитивная терапия»;
 - когнитивные искажения, задающие модель поведения;
 - факторы для потребления информации.

Наименование оценочного средства: Опрос, домашнее задание, тестовые задания.

Контрольные вопросы для закрепления материала (опроса) по теме:

1 Назовите особенности процесса управления коммуникативными процессами?

- 2 Что понимается под аргументацией и аргументами?
- 3 Кто является автором теории аргументации? Как они трактует аргументацию?
- 4 Назовите стадии аргументации?
- 5 Из чего состоит речевой акт? Какую роль он играет при использовании аргументации?
- 6 Перечислите виды пропагандистских кампаний. Назовите особенности пропагандистской коммуникации.
- 7 Что собой представляют реклама, «лидерство мнений» как вид пропаганды?
- 8 Какова роль личностных контактов для передачи информации?
- 9 Что собой представляет процесс «выдвижения негативных мишеней и позитивных целей»? Приведите примеры.
- 10 Что собой представляет информационная война? Каковы особенности ведения «информационной войны» сегодня?

Домашнее задание:

1 Прокомментируйте мнение Ф. ванн Еемерена Ф. и Р. Гроотендорста:

«Живая аргументированная речь часто содержит одновременно несколько дискуссий, которые могут переплетаться. Даже если первоначальный спор простой, любое число более мелких споров может возникнуть из аргументации, направленной на его разрешение, а это, в свою очередь, может привести к новой дискуссии и соответственно к выдвижению новых аргументов. Спор, который первоначально не был смешанным, может легко привести к смешанному спору или подспору; единичный спор может привести к множественному спору».

2 Сравните определения «информационной войны», данные разными авторами:

- *«Информационная война состоит из действий, предпринимаемых для достижения информационного превосходства в обеспечении национальной во-*

енной стратегии путем воздействия на информацию и информационные системы противника с одновременным укреплением и защитой нашей собственной информации и информационных систем» (Директор информационных войск Министерства обороны США);

- Информационная война - это коммуникативная технология по воздействию на массовое сознание с долговременными и кратковременными целями (Г.Г. Почепцов).

Тестовые задания (в количестве 24 тестов) по теме «Управление коммуникативными процессами» представлены в системе «Аист».

1.8 Тема «Коммуникация в организациях»

Содержание по теме:

1 Организационные коммуникации.

2 PR-отделы в организациях и PR-фирмы. Структура и обязанности PR-отделов. Штатные PR-сотрудники. Необходимость обращения к специализированным PR-фирмам.

3 Работа в пресс-центрах, пресс-службах, в отделах печати, средствах массовой информации (СМИ), отделах по связям с общественностью, центрах общественных связей, отделах рекламы, в коммуникационных агентствах.

4 Корпоративная культура.

5 Правила речевого этикета и ведения диалога.

Первые два вопроса темы включены в лекционный курс, третий, четвертый и пятый вопросы выносятся на практическое занятие для студентов очной и заочной форм обучения.

На практическое занятие по теме «Коммуникация в организациях» отво-

дится 2 часа при очной форме обучения и 1 час при заочной форме обучения; его назначение заключается в анализе работы специалистов по связям с общественностью в различных PR-службах, в знакомстве с корпоративной культурой PR-специалиста и правилами этикета и ведения диалога.

План занятия:

1 Работа в пресс-центрах, пресс-службах, в отделах печати, средствах массовой информации (СМИ), отделах по связям с общественностью, центрах общественных связей, отделах рекламы, в коммуникационных агентствах:

- спектр услуг, которые оказывает PR-агентство; виды PR-агентств;
- структура и масштаб PR-подразделения;
- роль PR-отдела в компании, выполнение разнообразных функций; задачи PR-отдела;
- основные функции отдела рекламы;
- основные функции отдела информации;
- сотрудничество PR-службы компании с профессиональными PR-агентствами;
- работа в отделах печати;
- специфика работы в средствах массовой информации (СМИ);
- особенности работы в отделах по связям с общественностью;
- работа в центрах общественных связей.

2 Корпоративная культура:

- определение корпоративной культуры как совокупности моделей поведения, которые приобретены организацией в процессе адаптации к внешней среде и внутренней интеграции, показавших свою эффективность и разделяемых большинством членов организации;
- элементы корпоративной культуры организации;
- функции корпоративной культуры.

3 Правила речевого этикета и ведения диалога:

- определение речевого этикета как свода правил речевого поведения, общения, принятых в определенных социальных кругах или обществе в целом;
- правила общения: речевой этикет и его формулы;
- определение диалога как разговора двух или более лиц, при котором осуществляется поиск истины, «нечто третьего», неизвестного до начала разговора, устраивающего всех участников общения;
- разновидности диалога;
- условия успешного ведения диалога;
- правила проведения диалога.

Наименование оценочного средства: доклады, итоговый контроль по тестам.

Контрольные вопросы для закрепления материала:

- 1 Поясните, что включает в себя понятие «организационные коммуникации»?
- 2 Что понимается под PR-деятельностью?
- 3 Какие организационные формы имеет PR-деятельность?
- 4 Что собой представляют PR-отделы в организациях и PR-фирмы?
- 5 Расскажите о структуре PR-отделов.
- 6 Поясните, в чем состоят обязанности PR-отделов?
- 7 Каким образом формируется структура PR-фирмы?
- 8 Представьте типовую схему PR-фирмы?
- 9 Почему создаются PR-службы в организациях?
- 10 Какие функции возлагаются на PR-службу в организации?
- 11 Какова роль штатных PR-сотрудников?
- 12 В чем выражается необходимость обращения к специализированным PR-фирмам?
- 13 В чем заключается работа в пресс-центрах, пресс-службах?

14 Какова роль ПР-специалистов в отделах печати, средствах массовой информации (СМИ)?

15 В чем заключается деятельность специалиста по связям с общественностью и рекламе в отделах по связям с общественностью, центрах общественных связей, отделах рекламы, в коммуникационных агентствах?

16 Расскажите о правилах речевого этикета и ведения диалога специалиста по связям с общественностью и рекламе.

Темы для подготовки докладов:

- 1 Организационные коммуникации.
- 2 ПР-отделы в организациях.
- 3 ПР-фирмы.
- 4 Структура и обязанности ПР-отделов.
- 5 Штатные ПР-сотрудники.
- 6 Необходимость обращения к специализированным ПР-фирмам.
- 7 Работа в пресс-центрах
- 8 Работа в пресс-службах.
- 9 Работа в отделах печати.
- 10 Работа в средствах массовой информации (СМИ).
- 11 Работа в отделах по связям с общественностью.
- 12 Работа в центрах общественных связей.
- 13 Работа в отделах рекламы.
- 14 Работа в коммуникационных агентствах.
- 15 Корпоративная культура.
- 16 Правила речевого этикета специалиста по связям с общественностью и рекламе.
- 17 Культура ведения диалогов ПР-деятельности.

Тестовые задания (в количестве 200 тестов) по всем темам представлены в системе «Аист».

2 Литература, рекомендуемая для изучения дисциплины

2.1 Основная литература

1 Каменева, В.А. Теория коммуникации (прагматический аспект) : учебное пособие / В.А. Каменева. - Кемерово: Кемеровский государственный университет, 2013. - 168 с.

2 Культура массовых коммуникаций: учебное пособие для студентов специальностей социального и гуманитарного направлений; под ред. Л.В. Анпиловой; авт.-сост.: Л.В. Анпилова, В.И. Капустин. – Оренбург: Оренбургский институт экономики и культуры, 2011. – 433 с.

3 Мухамеджанова, Н. М. Межкультурная коммуникация : науч.-метод. пособие / Н. М. Мухамеджанова. - Оренбург: ИПК ГОУ ОГУ, 2010. - 174 с.

4 Социокультурная коммуникация в контексте образовательного диалога: учебное пособие / В. Л. Бенин [и др.]. - Москва: Флинта: Наука, 2017. - 312 с.

5 Баранова, Е. В. Социология массовой коммуникации: учебное пособие / Е.В. Баранова. - Минск: Вышэйшая школа, 2012.

6 Почепцов, Г.Г. Теория коммуникации / Г.Г. Почепцов. – М.: Рефл-бук, 2001. – 656 с.

7 Шарков, Ф.И. Интегрированные коммуникации: массовые коммуникации и медиапланирование / Ф.И. Шарков, В.Н. Бузин. - М.: Издатель: Дашков и К°, 2012.

2.2Дополнительная литература

1 Гойхман, О.Я. Речевая коммуникация: учебник для студентов высших учебных заведений / О. Я. Гойхман, Т.М. Надеина.- 2-е изд., перераб. и доп. - Москва: ИНФРА-М, 2014. - 272 с.

2 Кривоко́ра, Е.И. Деловые коммуникации: учебное пособие / Е.И. Кривоко́ра. - Москва: ИНФРА-М, 2014. - 190 с.

3 Просви́ркина, И.И. Лингводидактический аспект толерантной речевой коммуникации: монография / И.И. Просви́ркина. - Оренбург: ГОУ ОГУ, 2006. - 247 с.

4 Волкова, Т.Н. Речевые коммуникации: учебное пособие / Т.Н. Волкова. - Шуя: Шуйский государственный педагогический университет, 2010.

5 Капустин, В.И. Информационное взаимодействие государства и общества в России: учебн. пособ. для студент.высш. учебн. завед. / В.И. Капустин, Е.А. Марков – Оренбург, Череповец: [б.и.], 2010. – 150 с.

2.3 Периодические издания

Журналы:

- «Вопросы философии»;
- «Общественные науки и современность»;
- «Журналист»;
- «Речевые технологии»;
- «Психология»;
- «Психологические науки и образование».

2.4 Интернет-ресурсы

Журналист[сайт]. –Режим доступа: www.journalist-virt.ru

JourClab [сайт]. – Режим доступа:<http://www.jourclab.ru>

Медialogия[сайт]. –Режим доступа: www.medialogia.ru

Интегрум[сайт]. – Режим доступа: www.integrum.ru

Регнум [сайт]. – Режим доступа: www.regnum.ru

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

- 1 Баранова, Е. В. Социология массовой коммуникации: учебное пособие / Е.В. Баранова. - Минск: Высшая школа, 2012.
- 2 Волкова, Т.Н. Речевые коммуникации: учебное пособие / Т.Н. Волкова. - Шуя: Шуйский государственный педагогический университет, 2010.
- 3 Григорьев, Б. В. Intercultural Communication. Межкультурные коммуникации / Б.В. Григорьев, В.И. Чумаков. - Санкт-Петербург: Издательский дом «Петрополис», 2008.
- 4 Ефимов, А.Н. Информационный взрыв: проблемы реальные и мнимые / А.Н. Ефимов. – М.: Наука, 1985. – 160 с.
- 5 Зарецкая, Е.Н. Риторика. Теория и практика речевой коммуникации / Е.Н. Зарецкая. – М. :[б.и.], 1998.
- 6 Ивин, А.А. Основы теории аргументации / А.А. Ивин. – М. :[б.и.], 1997.
- 7 Капустин, В.И. Информационное взаимодействие государства и общества в России: учебн. пособ. для студент.высш. учебн. завед. / В.И. Капустин, Е.А. Марков – Оренбург, Череповец: [б.и.], 2010. – 150 с.
- 8 Кастельс, М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура / М. Кастельс: пер. с англ. под науч. ред. О.И. Шкаратана. – М.: ГУ ВШЭ, 2000. – 608 с.
- 9 Конецкая, В.П. Социология коммуникации / В.П. Конецкая. – М. :[б.и.], 1997.
- 10 Культура массовых коммуникаций: учебное пособие для студентов специальностей социального и гуманитарного направлений; под ред. Л.В. Анпиловой; авт.-сост.: Л.В. Анпилова, В.И. Капустин. – Оренбург: Оренбургский институт экономики и культуры, 2011. – 433 с.
- 11 Курс практической психологии, или как научиться работать и добиваться успеха: учебное пособие / автор-составитель Р.Р. Кашапов. – Ижевск: Изд-во Удм. ун-та, 1996.

- 12 Липатова, В.Ю. Рефлексивная риторика: учебное пособие / В.Ю. Липатова. - СПб :Алетейя, 2013. - 292 с.
- 13 Логутова, Е. Психология делового общения: учебное пособие / Е. Логутова, И. Якиманская, Н. Биктина ; Министерство образования и науки Российской Федерации. - Оренбург : ОГУ, 2013. - 196 с.
- 14 Мелюхин, И.С. - Информационное общество: истоки, проблемы, тенденции развития / И.С. Мелюхин. - М.: Изд-во Московского университета, 1999. – 208 с.
- 15 Образовательные возможности общения в деятельности журналиста; сост. Л.В. Анпилогова. – Оренбург: ОГУ, 2000.
- 16 Попов, В.Д. Информациология и информационная политика / В.Д. Попов. – М.: Изд-во РАГС, 2001.
- 17 Почепцов, Г.Г. Информационные войны / Г.Г. Почепцов. - М. :[б.и.], 2000.
- 18 Почепцов, Г.Г. Теория коммуникации / Г.Г. Почепцов. – М.: Рефлбук, 2001. – 656 с.
- 19 Психологическое воздействие в межличностной и массовой коммуникации; отв. ред. А. Л. Журавлев, Н. Д. Павлова. - М: Институт психологии РАН, 2014.
- 20 Риторика: учебное пособие/ авт.-сост. и ред. Л.В. Анпилогова. – Оренбург: Оренбургский институт экономики и культуры, 2010.
- 21 Романов, А. А. Массовые коммуникации: учебно-практическое пособие / А.А. Романов. - М.: Евразийский открытый институт, 2010. - 175 с.
- 22 Стернин, И.А. Практическая риторика: учебное пособие для студ. высш. учебн. завед. / И.А. Стернин. – М.: Академия, 2003. – 272 с.
- 23 Тангалычева, Р.К. Теории и кейсы межкультурной коммуникации в условиях глобализации / Р.К. Тангалычева. - Санкт-Петербург: Алетейя, 2012.
- 24 Храмченко, В.Е. Деловое общение с зарубежными партнёрами: учебное пособие / В.Е. Храмченко. - Кемерово: Кемеровский государственный университет, 2013. - 110 с. - ISBN 978-5-8353-1520-8.

25 Шарков, Ф.И. Интегрированные коммуникации: массовые коммуникации и медиапланирование / Ф.И. Шарков, В.Н. Бузин. - М.: Издатель: Дашков и К°, 2012.

26 Шарков, Ф. И. Интерактивные электронные коммуникации (возникновение «Четвертой волны»): учебное пособие / Ф.И. Шарков. – М.: Дашков и К°, 2013.

27 Шарков, Ф.И. Интегрированные коммуникации: правовое регулирование в рекламе, связях с общественностью и журналистике: учебное пособие / Ф.И. Шарков. – М.: Дашков и К°, 2012.

28 Юзвешин, И.И. Основы информатиологии: учебник / И.И. Юзвешин. 3-е изд. испр. и дополн. – М.: Издательство «Высшая школа», 2001. – 600 с.