

Кучинский В.Ф., Спирина Т.П. Управление коммуникативными процессами: учебно-методическое пособие. – СПб: НИУ ИТМО, 2012. – 64 с.

Учебно-методическое пособие разработано в соответствии с программой дисциплины «Управление коммуникативными процессами» и предназначено для студентов, обучающихся по специальностям направления подготовки 036401 (таможенное дело).

Учебно-методическое пособие направлено на формирование коммуникативных умений, необходимых для повышения общего уровня культуры общения. В нем находят отражение актуальные проблемы коммуникативного менеджмента: тенденции развития коммуникативного менеджмента, его содержание, технологии, методы формирования системного профессионального мышления, подготовка специалиста XXI в.

Данное пособие предназначено для самостоятельной работы студентов, изучающих дисциплину «Управление коммуникативными процессами», а также рекомендовано к использованию для методической работы преподавательскому составу вуза.

Работа подготовлена на кафедре «Таможенного дела и логистики». Рекомендовано к печати Ученым советом ИМБиП, протокол № 4 от 11.04.2012 г.



В 2009 году Университет стал победителем многоэтапного конкурса, в результате которого определены 12 ведущих университетов России, которым присвоена категория «Национальный исследовательский университет». Министерством образования и науки Российской Федерации была утверждена программа его развития на 2009–2018 годы. В 2011 году Университет получил наименование «Санкт-Петербургский национальный исследовательский университет информационных технологий, механики и оптики»

© Санкт-Петербургский национальный исследовательский университет информационных технологий, механики и оптики, 2012

© Кучинский В.Ф., Спирина Т.П., 2012

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	4
1. УЧЕБНАЯ ПРОГРАММА ПО ДИСЦИПЛИНЕ «УПРАВЛЕНИЕ КОММУНИКАТИВНЫМИ ПРОЦЕССАМИ».....	5
1.1. Целевая установка и организационно-методические указания.....	5
1.2. Распределение учебного времени по темам и видам учебных занятий.....	8
1.3. Содержание учебных модулей дисциплины.....	9
1.3.1. Модуль №1. Теория коммуникации как наука, основные этапы ее развития.....	9
1.3.2. Модуль № 2. Механизмы управления коммуникациями..	25
2. РАБОТА НАД РЕФЕРАТОМ.....	48
3. РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ЗАЩИТЕ РЕФЕРАТА.....	55
3.1. Правила оформления презентаций.....	56
3.2. Критерии оценки презентаций.....	60
ЛИТЕРАТУРА.....	63

ВВЕДЕНИЕ

В современных условиях геополитических, экономических и технологических изменений социальной среды российского общества, в условиях стремительного развития информационно-коммуникационных технологий неизбежно формируется социальный заказ на качественно новый уровень коммуникативной компетентности будущих специалистов в рамках вузовского образования. В связи с этим студентам вузов предлагается для изучения дисциплина «Управление коммуникативными процессами».

Изучение курса «Управление коммуникативными процессами» позволит:

- создать представление о коммуникации как о социальном процессе, об основах межличностных отношений; познакомить с теорией и практикой публичного выступления; с теорией и практикой ведения деловой коммуникации (беседы, переговоры, совещания и другие формы делового общения);

- сформировать умения планировать, разрабатывать и организовывать различные виды и формы коммуникации в процессе общения; использовать методики организации и проведения публичных выступлений, деловых бесед, коммерческих переговоров, деловых совещаний, официальных приемов, брифингов, пресс-конференций; сформировать умение применять современные средства коммуникации; обеспечение понимания информации;

- обучить студентов применению историко-культурного, социально-психологического, коммуникативного и лингвистического методов анализа в исследовании коммуникации.

Целевые ориентиры дисциплины определяются государственными требованиями к содержанию и уровню подготовки выпускников специальности «Таможенный менеджмент».

1. УЧЕБНАЯ ПРОГРАММА

по дисциплине

«УПРАВЛЕНИЕ КОММУНИКАТИВНЫМИ ПРОЦЕССАМИ»

1.1. Целевая установка и организационно-методические указания

Цель изучения дисциплины – усвоение студентами научных основ управления коммуникативными процессами на межличностном, внутриорганизационном, социальном уровнях, овладение системой коммуникативных технологий, их эффективное использование в процессе профессиональной деятельности.

Предмет изучения дисциплины – теоретические и практические аспекты управления коммуникативными процессами.

Задачи, решаемые учебной дисциплиной:

- формирование системного представления студентов о коммуникативных технологиях, в т.ч. инновационных технологиях в работе с повышением коммуникативного ресурса как отдельного человека, так и организации в целом, развитие творческий потенциал студентов и возможности управления коммуникативными процессами в малых и больших группах.

- развитие навыков самообразования, умений проектировать коммуникативные стратегии и грамотно принимать коммуникативные техники.

В результате изучения дисциплины обучающиеся должны:

иметь представление:

- о принципах управления коммуникативными процессами,
- о роли коммуникации в жизни общества в целом,
- об исторических и современных коммуникативных технологиях;

знать:

- основные понятия коммуникативного менеджмента,
- коммуникативные барьеры и способы их преодоления,
- особенности средств коммуникации,
- тенденции и особенности развития мирового коммуникационного пространства в рамках эволюции системы международных отношений;

уметь:

- управлять коммуникативными процессами на межличностном уровне,
- реализовывать коммуникативные стратегии,
- использовать коммуникативные техники;

иметь навыки:

работы с различными информационными источниками, самооценки уровня коммуникативных умений.

В результате освоения дисциплины студент сможет сформировать следующие компетенции:

- общекультурные компетенции:

- владение культурой мышления, способностью к восприятию, обобщению и анализу информации, постановке цели и выбору путей ее достижения;
- умение логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь;
- готовность к кооперации с коллегами, работе в коллективе;
- способность находить организационно-управленческие решения и готовностью нести за них ответственность;
- умение использовать нормативные правовые документы в своей деятельности;
- понимание роли и значения информации и информационных технологий в развитии современного общества и экономических знаний;
- владение основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации, навыками работы с компьютером как средством управления информацией;
- способность работать с информацией в глобальных компьютерных сетях и корпоративных информационных системах;
- способность осуществлять деловое общение: публичные выступления, переговоры, проведение совещаний, деловую переписку, электронные коммуникации;

- профессиональные компетенции, необходимые в организационно-управленческой деятельности:

- способность использовать основные теории мотивации, лидерства и власти для решения управленческих задач;
- способность эффективно организовать групповую работу на основе знания процессов групповой динамики и принципов формирования команды;
- владение различными способами разрешения конфликтных ситуаций;
- способность к анализу и проектированию межличностных, групповых и организационных коммуникаций;

- способностью участвовать в разработке маркетинговой стратегии организаций, планировать и осуществлять мероприятия, направленные на ее реализацию;

- знакомство с основами межкультурных отношений в менеджменте, способностью эффективно выполнять свои функции в межкультурной среде;

- **профессиональные компетенции**, необходимые в информационно-аналитической деятельности:

- владение методами и программными средствами обработки деловой информации, способностью взаимодействовать со службами информационных технологий и эффективно использовать корпоративные информационные системы;

- умение использовать в практической деятельности организаций информацию, полученную в результате маркетинговых исследований и сравнительного анализа лучших практик в менеджменте;

- умение проводить аудит человеческих ресурсов и осуществлять диагностику организационной культуры.

Текущий и рубежный контроль в форме тестирования, итоговый – защиты реферата.

Учебный курс «Управление коммуникативными процессами» рассчитан на 2 семестра в объеме 193 часов самостоятельной работы обучающихся, в том числе 100 часов – на выполнение домашних заданий (ознакомление с литературой, конспектирование материала, ответы на вопросы, усвоение основных понятий темы, подготовка к текущему и рубежному контролю); 93 часов отводится на подготовку реферата.

1.2. Распределение учебного времени по темам и видам учебных занятий.

Для специальности: 080115 «Таможенное дело»

Наименование модулей и тем дисциплины	Самостоятельная работа, кредиты/часы			
	Выполнение домашних заданий	Рефераты	Всего часов или кредитов	Формы контроля
Модуль №1. Теория коммуникации как наука, основные этапы ее развития	50	48	98	Текущий контроль, рубежный контроль
Модуль № 2. Механизмы управления коммуникациями	50	45	95	Текущий контроль, рубежный контроль, итоговый экзамен
ИТОГО	100	93	193	

Модуль 1. Теория коммуникации как наука, основные этапы ее развития (98 ч.)		
1	Теория коммуникации как наука	33 ч.
2	Исторические вехи развития технических средств коммуникаций	33 ч.
3	Коммуникация как процесс	32 ч.
Модуль 2. Механизмы управления коммуникациями (95 ч.)		
1	Основные модели коммуникации	24 ч.
2	Вербальные и невербальные коммуникации	24 ч.
3	Коммуникации в разных сферах общества	24 ч.
4	Международные коммуникации	23 ч.

1.3. Содержание учебных модулей дисциплины

1.3.1. Модуль №1. Теория коммуникации как наука, основные этапы ее развития (98 час)

Цели и задачи модуля. Дать студентам общее представление о теории коммуникации как о науке и об этапах ее развития.

Требования к результатам освоения модуля

Студент должен:

иметь представление:

- о теории коммуникации как о науке,
- о методах исследования коммуникации,
- об этапах развития теории коммуникации;

знать

- основные понятия и принципы коммуникативного менеджмента,
- специфику разных видов коммуникации,
- типы, функции, средства коммуникаций,
- принципы, методы управления коммуникациями;

уметь

- анализировать коммуникативный процесс,
- выявлять и преодолевать коммуникативные барьеры.

Тема № 1. Теория коммуникации как наука (33 час).

Цели и задачи темы:

- рассмотреть теорию коммуникации как интегральную научную дисциплину;
- раскрыть основные понятия теории коммуникации, исторические этапы их возникновения и развития;
- определить предмет, принципы, задачи коммуникационного менеджмента.

Основные понятия:

коммуникация и информация, социально-значимая информация, средства коммуникации, цель коммуникации, каналы связи, коммуникативный акт/действие, знак, знаковая система, смысл, дискурс, значение, коммуникативная личность, коммуникатор, адресант, адресат, реципиент, сообще-

ние, коммуникативная /языковая компетентность, коммуникативная / речевая деятельность, коммуникационный менеджмент и аудит, коммуникативный консалтинг, социально-коммуникативные технологии, медиатор, управление коммуникациями, коммуникационная роль, информационный обмен, коммуникативное пространство, public relations.

Акцентировать внимание на

- обыденное и научное понимание коммуникации;
- базовые традиции в понимании категории коммуникации (риторическая, семиотическая, феноменологическая, кибернетическая, социально-психологическая, социокультурная, критическая);
- виды коммуникации (разговор, беседа, деловая беседа; «мозговой штурм», «круглый стол», командная деловая игра; спор, полемика, дискуссия, дебаты, прения, диспут);
- основные формы коммуникации: диалог, дискуссия, беседа, переговоры, пресс-конференция, брифинг, презентация, прием по личным вопросам;
- функции коммуникации: гносеологическая, информативная, экспрессивная, воспитательная, эстетическая и этическая, идеологическая;
- основные уровни коммуникации: внутренние, двусторонние, групповые, массовые; уровни коммуникации – деловой уровень, уровень выражения, уровень апелляции и уровень отношений;
- структура коммуникации (отправитель/получатель, собственная ситуация, компетентность, намерения, оценка);
- основные направления исследования коммуникации в зарубежных школах (бихевиоризм, символический интеракционизм, феноменологическое направление, структурный функционализм, постмодернизм);
- теории коммуникаций в исторической и современной научной парадигме (кибернетические теории и информационно-процессные теории коммуникации, семиотические теории, интеракционистские теории коммуникации, критические теории коммуникации; теория массовой коммуникации);
- соотношение философии, психологии, лингвистики и теории коммуникации;
- методы анализа информации и коммуникации;
- индивидуальное и институциональное в коммуникаторе; престижность, надежность, доверительность как фактор общения с конкретным коммуникатором; типы коммуникаторов: ключевой коммуникатор, лидер мнений;

- коммуникатор как профессию: менеджер по связям с общественностью, имиджмейкер, новая позиция в коммуникации – медиатор, модератор, редактор, фасилитатор;

- технологии формирования информационного пространства; теорию коммуникационного цикла (работа с событием как результатом действия; работа с информацией о событии; работа со знанием информации о событии; работа с решением действовать; работа с действием).

Вопросы для самопроверки:

1. Чем вызван рост научного интереса к проблемам коммуникации?
2. Что является предметом теории коммуникации и коммуникационного менеджмента?
3. С какими научными дисциплинами наиболее тесно связана теория коммуникации? Почему?
4. В чем сущность коммуникации?
5. Как соотносятся понятия «коммуникация», «информация», «смысл»?
6. Что такое информация в узком понимании? В широком? В специальном?
7. Что такое информация? Какие критерии могут лежать в основе классификации информации по видам? Какие виды информации вы знаете? Приведите примеры.
8. В каком случае уместно употребление слова «коммуникация» во множественном числе?
9. Что такое единое информационное пространство? В чем связаны ограничения единого информационного пространства?
10. Каковы основные теории коммуникации?
11. Каковы цели коммуникации?
12. Какова роль коммуникации в системе управления организацией, общества в целом?
13. Какая разновидность коммуникации получила название социальной?
14. В чем заключается общее и различное в понятиях общения, коммуникации и речевой деятельности?
15. Каковы базовые составляющие социальной коммуникации и проблемные вопросы, связанные с ними?
16. На какие виды делятся межличностные коммуникации?
17. Чем отличаются вертикальные и горизонтальные коммуникации?
18. В чем особенность линейных, интеракционных и трансакционных коммуникаций?
19. Что такое структурирование информации? Что такое гипертекст (гипертекстовое представление информации)? Что такое гипермедиа? В чем основное отличие гипермедиа от гипертекста?

20. Что значить управление и управленческие функции? Назовите функции управления по А.Файолю.
21. Что относится к функциям коммуникационного менеджмента?
22. Какова сфера применения коммуникационного менеджмента?
23. Какие требования предъявляются к менеджеру по коммуникации?
24. Укажите основные предпосылки готовности менеджмента к успешному управлению коммуникативными процессами на социальном уровне.

Прокомментируйте высказывание:

Отметим, что некоторые авторы предпочитают форму "коммуникатор", а не "коммуникант". Но эта форма не согласуется с формой "реципиент", ибо нужно тогда принять "реципиентор", что травмирует русский язык.

А.В. Соколов. Общая теория социальной коммуникации [Электронный ресурс] URL: http://polbu.ru/sokolov_communi/ch50_all.html (дата обращения 3.03. 2012)

Темы рефератов

1. Предмет теории коммуникации.
2. Законы и категории теории коммуникации.
3. Методы и функции теории коммуникации.
4. Антропосоциогенезис и социальная коммуникация.
5. Коммуникативная компетентность в системе профессиональной подготовки специалиста.
6. Проблемы коммуникации в истории социально-философской мысли.
7. Современные концепции коммуникации.
8. Место информационных процессов в современном обществе.
9. Доступ к производству и потреблению информации. Понятие информационного империализма.
10. Соотношение понятий «public relations» и «средства коммуникации».
11. Понятие знака. Типология знаков. Работы Ч.Пирса, Ч.Морриса.
12. Социальная коммуникация как объект и предмет научного познания.
13. Проблема смысла и проблема понимания.
14. Коммуникационные потребности человека.
15. Методы и цели работы с информацией.
16. Информационный мониторинг и аудит.
17. Цели коммуникационного менеджмента.
18. Коммуникационный менеджмент как наука.

19. Распределение власти и ресурсов в обществе и проблема коммуникации.
20. Управление обществом с помощью информации.
21. Массовые коммуникации в различных типах общества.
22. Наука, власть и коммуникация.
23. Коммуникативный подход к социальным явлениям.
24. Диалог и полилог как формы коммуникации в современном мире.
25. Коммуникативная компетентность.
26. Культура и коммуникация.
27. Коммуникация: деятельность, процесс, компетенция, технология.
28. Проблема коммуникации в античной культуре.
29. Коммуникативная проблематика в христианской культуре.
30. Проблема коммуникации в эпоху Возрождения и Новое время.
31. Философские подходы к построению теории коммуникации.
32. Какие проблемы коммуникации были поставлены в философии XIX века?
33. Основные философские направления XX века, в рамках которых ставились и решались проблемы коммуникации.
34. Коммуникативные аспекты философии экзистенциализма и персонализма.
35. Основные направления в герменевтике и их связь с проблемами коммуникации.
36. «Лингвистический поворот» в философии XX века.
37. Исторические вехи возникновения коммуникации в социуме.

Основная литература

- 1) Белановский С.А. Глубокое интервью. - М., 2001.
- 2) Белановский С.А. Метод фокус-групп. - М., 2001.
- 3) Гавра Д. Основы теории коммуникации: Учебное пособие. Стандарт третьего поколения. - СПб: Питер, 2011.
- 4) Гидденс Э. Ускользящий мир: как глобализация меняет нашу жизнь. - М.: Весь мир, 2004.
- 5) Голованова Е. И. Когнитивное терминоведение: учеб. пособие / Челяб. гос. ун-т. - Челябинск: Энциклопедия, 2008.
- 6) Грушевицкая Т.Г., Попков В.Д., Садохин А.П. Основы межкультурной коммуникации: Учебник для вузов/Под ред. А.П. Садохина. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2003.
- 7) Зверинцев А.Б. Коммуникационный менеджмент. Рабочая книга менеджера PR. - СПб, 2007.
- 8) Землянова Л.М. Современная американская коммуникативистика. - М., 1995.
- 9) Иноземцев В.Л. Современное постиндустриальное общество:

- природа, противоречия, перспективы. - М., 2000.
- 10) Кастельс М. Информационная эпоха. Экономика. Общество. Культура. - М., 2000.
 - 11) Коммуникация в современном мире // Материалы Всероссийской научно-практической конференции «Проблемы массовой коммуникации» 12-14 мая 2010 г. - Воронеж: Изд-во ВГУ, 2010.
 - 12) Конечкая В.П. Социология коммуникаций. Учебник. - М.: Международный университет бизнеса и управления, 1997.
 - 13) Культура и устойчивое развитие мирового сообщества в XXI веке. М.: Международное издательство «Информациология», 2002;
 - 14) Лич Э.Р. Культура и коммуникация. Логика взаимосвязи символов. Использование структурного анализа в социальной антропологии. - М.: «Восточная литература» РАН, 2001.
 - 15) Меманн Э. Коммуникация и коммуникабельность /Пер. с нем. - Х.: Гуманитарный центр, 2007.
 - 16) Орлов А.С. Введение в коммуникационный менеджмент. - М.: Гардарики, 2005.
 - 17) Основы теории коммуникаций. Под ред. проф. М.А. Василика. Учебник рек. МО РФ. - М.: Гардарики, 2006.
 - 18) Почепцов Г.Г. «Коммуникативные технологии двадцатого века». - М., 2002.
 - 19) Рева В.Е. Коммуникационный менеджмент: Учебно-методическое пособие. - Пенза: Изд.-во ПГУ, 2003.
 - 20) Связи с общественностью как социальная инженерия. - М., 2005.
 - 21) Соколов А.В. Общая теория коммуникации: Учебное пособие. - СПб: Изд-во Михайлова В.А., 2002.
 - 22) Шарков Ф. Коммуникология. Основы теории коммуникации: Учебник доп. МО РФ. - М.: Дашков и Ко, 2011.
 - 23) Шарков Ф.И. Основы теории коммуникации. Учебник. - М.: Перспектива, 2005.
 - 24) Шепель В. Коммуникационный менеджмент. - М.: Гардарики, 2004.
 - 25) Шишкина М.А. Паблик рилейшнз в системе социального управления. - СПб: СПбГУ, 2004.

Тема № 2. Исторические вехи развития технических средств коммуникаций (33 часа).

Цели и задачи темы:

- познакомиться с основными техническими средствами коммуникации, их историей.
- выявить специфику и роль современных средств коммуникации.

Основные понятия:

технические средства коммуникации, институт коммуникации, технологический прогресс, информационное общество, СМИ, информационная безопасность, интерактивное общение, рунет, интернет, аксиальный (осевой) и ретиальный (сетевой) коммуникативные процессы.

Акцентировать внимание на

- технические средства, обеспечивающие коммуникацию – это средства массовой информации (СМИ), средства массового воздействия и собственно технические средства, к СМИ относятся периодическая печать (пресса), радио и телевидение, к средствам массового воздействия относятся кино, театр, цирк, все зрелищные представления и художественная литература;

- исторические этапы развития коммуникации и основные достижения научно-технического прогресса, повлиявших на коммуникации в обществе (Историческая последовательность, в которой появились СМИ, наложила отпечаток на их специфические характеристики. Европейская пресса ведет отсчет времени лишь с XVII в., когда впервые появилась коммерческая газета, а появление массовой газеты в США относится к 1833г. Радио как средство массовой информации имеет 75-летнюю историю, телевидение – 50-летнюю);

- идеи теоретиков информационного общества об электронном котедже, мировой деревне, глобальное общение индивидов;

- изменение структуры современных СМИ;

- библиотеку как институт коммуникации, перспективы развития информационных хранилищ, изменение отношения к чтению, современные типы чтения;

- современные информационные системы, поиск информации, позитивные и негативные последствия автоматизации информационных процессов;

- СМИ как институт коммуникации, эволюция этого института в XIX - XX веке, мировые информационные агентства, создание интерактивной коммуникационной среды в СМИ;

- понятия «СМИ» и «медиа», понятия «медиапродукт», «медианоситель», «медиаканал», жизненный цикл медиапродукта;

- рекламу как институт коммуникации, структуру рекламного агентства, заказчиков и производителей рекламной информации, потребителей рекламной информации;

- глобальное интерактивное общение, создание мировых информационных сетей, принципы организации общения в мировой компьютерной сети, типичные потребители информации в сетях, рунет, Интернет;

- особенности современной социокультурной ситуации в связи с изменением технических средств коммуникации; «исчезновение детства» (Н.Постман) как следствие развития коммуникации;

- общение средствами ИКТ: сетевой этикет, общение в социальных сетях; особенности общения: анонимность, «карнавальность»;

- высокотехнологичные коммуникационные сети и каналы передачи информации (электронная почта, телекоммуникации, Интернет, видео- и RSS трансляции в Интернете, ICQ, SMS, MMS, чаты, веб-форумы, списки рассылки, видео- и телеконференции, социальные сети, TV, радио, системы управления социальными группами, ведомственные информационные сети и системы оповещения);

- понятие коммуникации в интернете; интернет и веб в структуре интернет-коммуникации; интернет как новейший канал и среда социальной и бизнес-коммуникации, техническая эволюция веб и формирование его актуальных характеристик;

- Интернет и Рунет: характеристики, особенности, тенденции развития; измерения и исследования интернета и Рунета, государственная политика в сфере интернета;

- характеристики интернет-коммуникации. (виртуальность как условие реализации коммуникации в интернете, виртуальная реальность и искусственная реальность в интернете, 3D миры, виртуальная реальность в интернете и новые практики социальной коммуникации; гипертекст как новая форма фиксации институциональной информации и как средство создания комплицированности);

- интерактивность как определяющая коммуникационная характеристика Сети, амбивалентность интернет-коммуникации;

- Интернет в XXI веке: технологические и коммуникационные трансформации; характеристики новейших интераций интернет-коммуникации; усиление роли среды как субъекта социальной коммуникации; эволюция технологий и революция коммуникации.

Вопросы для самопроверки:

1. Каковы особенности средств коммуникации в традиционном, индустриальном информационном обществе?
2. Что представляют собой современные технические посредники взаимодействия?
3. Каковы основные преимущества использования компьютероопосредованных коммуникаций перед традиционными?
4. Назовите виды технических средств, обеспечивающих коммуникацию.
5. Каковы тенденции изменения технических средств коммуникации?

6. Каковы возможности телефона, электронной почты как средств коммуникации?
7. Проведите сравнительный анализ электронной почты, телефона, факса и межличностного общения.
8. В чем особенность компьютерной коммуникации?
9. Укажите положительные и отрицательные аспекты влияния технического прогресса на социальные и межличностные коммуникации.
10. В чем специфика сети Интернет как нового коммуникативного канала?
11. Каковы методы изучения аудитории СМИ?
12. Как функции СМИ зависят от политического строя государства?
13. Каковы плюсы и минусы печатных СМИ?
14. Какие варианты типологизации печатных СМИ вам известны?
15. Каковы плюсы и минусы ТВ?
16. По каким критериям систематизируются телевизионные каналы? Телевизионные программы?
17. Что такое общественное телевидение?
18. Каковы плюсы и минусы радио как канала СМИ?
19. По каким критериям систематизируются радиостанции?
20. Что такое радиформат?
21. Что такое интернет?
22. Какова типология интернет-ресурсов?
23. Что такое сетевые СМИ?
24. Какие разновидности сетевых СМИ вы знаете?
25. Что такое инфраструктура СМИ?
26. Какие элементы инфраструктуры СМИ вам известны?
27. Чем занимаются информационные агентства?
28. Что такое мультимедиа? Почему термин мультимедиа является многозначным?
29. Каковы основные последствия восприятия массовой информации через СМК: поведенческие, установочные, когнитивные, физиологические.

Прокомментируйте высказывание

В век научно-технической революции всё больше и больше компаний и фирм прибегают к электронной почте как к основному средству коммуникации. Электронные способы передачи данных в течение последнего десятилетия лет значительно упростились, что сделало их доступными и рядовому обывателю. Однако возникает вопрос: а не опасным ли становится такое господство электронной почты и не приведет ли оно к полной замене им других средств коммуникации таких как, скажем, факс, телефон и даже общение лицом к лицу?

Дудинский Юрий Электронная почта или телефон? [Электронный документ] URL: <http://newsletter.iatp.by/ctr7-11.htm> (дата обращения 13.01.2012)

Темы рефератов:

1. Технологический прогресс и его влияние на характер межличностного общения (непосредственное общение, почта, телефон, телевидение, мировая интерактивная среда).
2. Роль книгопечатания в коммуникации.
3. Радиосвязь и коммуникации.
4. Роль персональных компьютеров в коммуникации.
5. Психологические последствия компьютерного общения.
6. Современные ИКТ как инструмент руководства.
7. Моделирование социальных потребностей и социального взаимодействия в языке рекламы.
8. Сайт как площадка деловых переговоров.
9. Форумы как специфический вид коммуникации, возможности их применения в ситуациях делового взаимодействия.
10. Сетевые СМИ.
11. Типология отечественных СМИ.
12. Роль СМИ в формировании общественного мнения.
13. Социальная ответственность СМИ.
14. Радиовещание в современном мире.
15. Интернет: предпосылки и условия возникновения.
16. Трансформация коммуникации в новой инфо- и техносфере.
17. Коммуникация в поле компьютерных сетей.
18. «Всемирная деревня» и «Галактика Гуттенберга» М. Маклюэна.
19. Проблема стандартизации потребительской электроники.
20. Критерии отбора и оценки эффективности использования средств коммуникации для различных PR-мероприятий и программ. Рейтинги СМИ.
21. Характеристика виртуального коммуникативного пространства.
22. Развитие средств коммуникации в процессе становления общества.
23. Развитие технических средств коммуникации.
24. Изменения в потреблении прессы, телевидения и радио в современной России.
25. Мобильные формы интернет-коммуникации и новейшие модели коммуницирования.
26. Коммуникация в социальных сетях. Характеристики и специфика социальных сетей в интернете и Рунете.

Основная литература

- 1) Белл Д. Грядущее постиндустриальное общество. - М., 1999.
- 2) Бодрийяр Ж. Система вещей. - М., 1995.
- 3) Гавра Д. П. Основы теории коммуникации: Учебное пособие. Стандарт третьего поколения. - СПб: Питер, 2011.
- 4) Гидденс Э. Ускользящий мир: как глобализация меняет нашу жизнь. - М.: Весь мир, 2004.
- 5) Интернет. Глобальная информатизация и безопасность России / Материалы круглого стола «Глобальная информатизация и социально-гуманитарные проблемы человека, культуры и общества». МГУ, октябрь 2000 г. - М., 2001.
- 6) Кастельс М. Галактика Интернет: Размышления об Интернете, бизнесе и обществе. - Екатеринбург: У-Фактория, 2004.
- 7) Кастельс М. Информационная эпоха. Экономика. Общество. Культура. - М., 2000.
- 8) Катлип С., Сентер А., Брум Г. Паблик рилейшнз. Теория и практика. 8 изд. - М-СПб-Киев, 2000.
- 9) Крылов А. Н. Менеджмент коммуникаций. Теория и практика. - М.: Изд-во НИБ, 2002.
- 10) Лукина М.М., Фомичева И.Д. СМИ в пространстве Интернета: Учебное пособие. - М.: Факультет журналистики МГУ им. М.В. Ломоносова, 2005.
- 11) Михалкович В.И. Изобразительный язык средств массовой коммуникации. - М., 1986.
- 12) Наумов В.Б. Право и Интернет: очерки теории и практики. - М., 2002.
- 13) Нильсен Я., Лоранжер Х. Web-дизайн: удобство использования веб-сайтов. - СПб, 2007.
- 14) Овчинников Р., Сухов С. Корпоративный сайт на 100%. - СПб: Питер, 2009.
- 15) Основы теории коммуникации / Под ред. проф. М.А. Василика. - М.: Гардарики, 2007.
- 16) Пузырев В. Internet и Рунет. - М.: Майор, 2000.
- 17) Управление общественными отношениями: Учебник. Изд.2, перераб. и доп. / под общей редакцией В.С. Комаровского. - М.: Изд-во РАГС, 2009.
- 18) Уэбстер Ф. Теории информационного общества. - М.: Аспект-Пресс, 2004.
- 19) Федотова Л.Н. Анализ содержания – социологический метод изучения средств массовой коммуникации. - М., 2001.
- 20) Хейг М. Электронные public relations. - М.: ФАИР-Пресс. 2002.

- 21) Шилина М. Интернет-коммуникация в системе общественных связей. - М., 2010.
- 22) Шилина М. Корпоративные интернет-ресурсы в системе общественных связей. - М., 2007.
- 23) Шишкина М.А. Из истории публичных коммуникаций (от античности до Просвещения). - СПб, 2005.

Тема № 3. Коммуникация как процесс (32 часа).

Цели и задачи темы:

- раскрыть понятие коммуникации как процесс передачи информации;
- познакомится с разными моделями коммуникативного процесса;
- изучить структуру коммуникативного процесса.

Основные понятия:

процесс, система, структура, коммуникативный акт/действие, барьер, канал информации, обратная связь, кодирование, декодирование, механические и семантические шумы, фильтрация и фасцинация в коммуникации, эффективность коммуникативного процесса.

Акцентировать внимание на

- теоретические модели процесса коммуникации: лингвистическая (Р. Якобсона), герменевтическая (Г. Шпет), фольклорная (В. Пропп), семиотическая (Ю. Лотман, У. Эко), культурологическая (М. Бахтин), прагматическая (Ч. Моррис), психоаналитическая (З. Фрейд, Ж. Лакан), архетипическая (Г. Юнг), мифологическая (Р. Барт), социологическая П. Бурдьё), прагматическая (п. Грейс), философская (М. Фуко), игровая (Й. Хейзинг), антропологическая (К. Леви-Стросс, М. Мосс), вещественная (Ж. Бодрийяр), деконструктивная (Ж. Деррида), постструктуралистическая (Ж. Делез).

- прикладные модели процесса коммуникации: модель Г. Лассуэлла, математическая (К. Шенон и У. Уивер), социально-психологическая (Т. Ньюкомба), циркулярная модель (У. Шрамм и Ч. Осгуда), двуканальная модель (В.П. Морозова), модель двуступенчатой коммуникации (П. Лазарфельд, Б. Берельсон, Г. Годэ), модель «ИСКП» (SMCR) (Д. Берло).

- представителей процессно-информационного подхода к коммуникации – Р. Лассвелла, Дж. Гербнера, Т. Ньюкомба, Б. Вестли и М. Маклина;

- сравнение процессно-информационного подхода и семиотического подхода к пониманию коммуникации;

- коммуникативный процесс и его составляющие: производство информации, ее распространение, прием и использование;

- классическую модель процесса коммуникации Г. Лассуэлла: коммуникатор – сообщение – канал передачи – коммуникант – обратная связь;

- коммуникативный процесс: производство информации, мультипликация, распространение, прием, использование информации;
- основные модели коммуникационного процесса, используемые в деятельности специалистов по связям с общественностью;
- коммуникативный акт и его составные элементы: адресант (коммуникатор), адресат (аудитория), сообщение (информация), код, канал, ситуация, реакция (эффективность);
- структуру «коммуникативного акта» (Лассуэл, Якобсон);
- коммуникацию как процесс обмена информацией;
- каналы передачи информации;
- коммуникативные сети и их разновидности.
- участников коммуникативного акта;
- типы коммуникации в зависимости от структуры коммуникативного акта,
- типы барьеров коммуникации: технические, физиологические, психологические, социальные, культурно-национальные;
- понятие коммуникативной неудачи, типологии коммуникативных неудач.

Вопросы для самопроверки:

1. Что такое коммуникация как процесс?
2. Объясните схему «пять W».
3. Как происходит процесс коммуникации согласно информационно-кодовой модели коммуникации?
4. В чем состоит принципиальное различие между представленными моделями коммуникации?
5. Какова роль адресанта (говорящего) и адресата (слушающего) в каждой из представленных моделей?
6. Почему модель коммуникативного акта Р. Якобсона принимается как базовая в лингвистике? Какова структура коммуникативного процесса?
7. В чем смысл коммуникативного акта?
8. Что такое коммуникативная сеть и какие виды сетей вам известны?
9. Из каких этапов состоит процесс восприятия информации?
10. Какие требования предъявляются к источнику сообщения (коммуникатору)?
11. Охарактеризуйте основные подходы к пониманию термина «код».
12. Что такое «кодирование» и «декодирование» информации?
13. Каково значение обратной связи в коммуникационном процессе?
14. Что такое «фильтрация» информации?

15. В чем значение понятий «смысл» и «значение» информации, передаваемой в процессе коммуникации?
16. Что такое стереотип? и какова роль стереотипов в процессе коммуникации?
17. Какие причины могут обуславливать коммуникативный барьер?
18. Какие существуют виды коммуникативных барьеров?
19. Какие приёмы и способы преодоления и профилактики коммуникативных барьеров вы можете назвать?
20. Назовите барьеры, обусловленные средой коммуникации.
21. Охарактеризуйте технические барьеры коммуникации.
22. В чем заключается специфика психофизиологических и социокультурных барьеров социальной коммуникации?
23. Какие вы знаете эффекты, влияющие на взаимопонимание?
24. Что такое обратная связь?
25. Укажите этапы коммуникативного процесса.
26. Каковы причины коммуникативной неудачи?
27. Дайте характеристику основных видов слушания.
28. Каковы способы организации обратной связи между говорящим и слушающим?
29. Назовите приёмы активизации слушания.
30. Укажите субъективную значимость акта коммуникации.

Прокомментируйте высказывание.

*Коммуникационное познание является **творческим** познавательным актом, потому что реципиент не только осознает поверхностный и глубинный смыслы сообщения, но и оценивает их с точки зрения этического должностования и прагматической пользы.*

Соколов А. В. Общая теория социальной коммуникации: Учебное пособие. - СПб: Изд-во Михайлова В. А., 2002. - С. 19.

Темы рефератов

1. Обеспечение информационного обмена в коммуникативных системах
2. Организация эффективной обратной связи.
3. Причины неэффективной коммуникации.
4. Публичное и непубличное информационное пространство.
5. Слушание и процесс коммуникации.
6. Причины возникновения коммуникативных барьеров, конфликтов в общении и пути их преодоления.
7. Позиция слушателя и говорящего в коммуникативном процессе.
8. Коммуникативный процесс и его составляющие.

9. Классическая модель процесса коммуникации.
10. Основные модели коммуникационного процесса: их достоинства и недостатки.
11. Классификация коммуникативных сетей.
12. Коммуникативный процесс и коммуникативный акт.
13. Процесс «кодирование» и «декодирование» информации.
14. Проблема понимания и приятия информации.
15. Установка на коммуникацию и управляемое общение, его компоненты.
16. Социально-психологические исследования общения как информационно-коммуникативного процесса.
17. Социально-психологическая структура процесса коммуникации: обмен информацией, взаимовоздействие, взаимопонимание.
18. Основные эффекты и закономерности передачи информации.
19. Личностный смысл как регулятор процесса коммуникации.
20. Структура личности как база восприятия информации в процессе коммуникации.
21. Роль установки в процессах коммуникации.
22. Роль стереотипа в процессах коммуникации.
23. Психологические особенности процесса коммуникации.
24. Коммуникативный сбой и провал: причины и способы предупреждения.
25. Активное участие аудитории в коммуникационном процессе как фактор повышения эффективности коммуникации.
26. Коммуникатор, содержание, аудитория как составные части коммуникативной цепи.
27. Фигура коммуникатора: индивидуальное и институциональное в коммуникаторе.
28. Престижность, надежность, доверительность как факторы общения с конкретным коммуникатором.
29. Способы обеспечения коммуникации (слушание, речь, чтение, письмо).
30. Содержание процессов коммуникации в массовом обществе: структурная, фундаментальная, оперативная информация.

Основная литература

1. Андреева Г.М. Социальная психология: Учебник для вузов. - М.: Аспект Пресс, 2003.
2. Баева О.А. Ораторское искусство и деловое общение. - М.: Новое чтение, 2005.
3. Бороздина Г.В. Психология делового общения: Учебник. 2-е изд. - М.: ИНФРА-М, 2006.

4. Гавра Д.П. Основы теории коммуникации: Учебное пособие. Стандарт третьего поколения. - СПб: Питер, 2011.
5. Зверинцев А.Б. Коммуникационный менеджмент. - СПб, 1997.
6. Кузин Ф.А. Культура делового общения. - М.: Ось-89, 2004.
7. Нестеров, А.Ю. Семиотическая схема познания и коммуникации: монография / А.Ю. Нестеров. - Самара: Самар. гуманитар. акад., 2008.
8. Панфилова А.П. Деловая коммуникация в профессиональной деятельности. - СПб: Знание, ИВЭСЭП, 2004.
9. Поцепцов Г.Г. Теория коммуникации. - М.: Рефл-Бук, 2006.
10. Психология влияния. Хрестоматия. - СПб: СПбГУ, 2005.
11. Психология и этика делового общения. - М.: ЮНИТИ, 2007.
12. Соколов А.В. Общая теория коммуникации: Учебное пособие. - СПб: Изд-во Михайлова В. А., 2002.
13. Соколов А.В. Теория социальной коммуникации. - СПб, 2006.
14. Шепель В. М. Имиджелогия. Секреты личного обаяния / В. М. Шепель. - М., 1994.
15. Шостром Э. Человек-манипулятор. - М.: Апрель-Пресс, 2004.
16. Эффективное деловое общение. Серия «Классика Harvard Business Review». - М.: Альпина бизнес букс, 2006.
17. Хабермас Ю. Моральное сознание и коммуникативное действие. - СПб, 2000.

1.3.2. Модуль № 2. Механизмы управления коммуникациями (95 час).

Цели и задачи модуля. Дать студентам общее представление об основных механизмах управления коммуникациями.

Требования к результатам освоения модуля

Студент должен:

иметь представление:

- моделях управления коммуникациями,
- специфике межличностной коммуникации, коммуникации в группах, массовых коммуникациях, корпоративных, политических, межкультурных коммуникациях;

знать

- основных механизмах управления коммуникациями,
- специфику вербальных и невербальных средств коммуникаций;

уметь

- анализировать механизмы управления коммуникативными процессами,
- применять на практике методы, техники управления коммуникациями.

Тема № 1. Основные модели коммуникации (24 часа).

Цели и задачи темы:

- изучить механизмы управления коммуникациями согласно различным моделям:

социологические и психологические модели коммуникации;
семиотические модели коммуникации;
модели психотерапевтической коммуникации;
модели мифологической и аргументирующей коммуникации;
двухступенчатая модель коммуникации;
модели мифологической коммуникации;
модели аргументирующей коммуникации;
модели пропагандистской коммуникации;
модели массовой коммуникации;
интеракционистские теории коммуникации;

транзакционная модель коммуникации.

Основные понятия:

Субъектно-субъектные и субъектно-объектные коммуникации, методы, техники, стратегия, речевая тактика, убеждение, манипуляция, идеология, пропаганда, интеракция, транзакция.

Акцентировать внимание на

- транзактный анализ;
- методы воздействия на партнера, завоевания симпатии, формулы логического убеждения, смягчения конфликтных ситуаций и выхода из них (уступка, компромисс, сотрудничество, прямое жесткое требование);
- понятие психологического воздействия; понимание как психологическая основа убеждения; условия, повышающие эффективность понимания;
- убеждение как психологическое воздействие, психологические методы убеждения;
- технику аргументации, риторические методы: противоречия, сравнения, «бумеранга», видимой поддержки, риторические выразительные средства (наглядные, эстетические, коммуникативные);
- речевые тактики, направленные на привлечение внимания собеседника;
- речевые тактики, направленные на положительную самопрезентацию;
- речевые тактики, направленные на преодоление сдержанности и предвзятости партнёра;
- речевые тактики, имеющие целью добиться согласия, утвердительного ответа;
- факторы, влияющие на эффективность речевых тактик;
- проблему логико-психологической организации сообщения; кульминационный, антикульминационный и пирамидальный порядок;
- построение аргументации сообщения; модель в рамках Гарвардского проекта по переговорам;
- коммуникативные средства и технологии: аргументация, демонстрация и доказательство; разъяснение и сравнительный анализ; факты, цифры и примеры, показывающие преимущества; опора на эмоциональный настрой партнера и включение его кинестетического канала с помощью вербальных и невербальных ключей доступа; учет контраргументов партнера; психологические приемы присоединения, формирование аттракции, создание атмосферы доверия;

• влияние эмоций на коммуникативный процесс: организующая функция эмоций, основные виды эмоций, социальные эмоции: их виды, влияние значимых других на чувства и эмоции, способы управления эмоциями и чувствами: конструктивная открытость, осознание эмоций, язык эмоций, управление чувствами и эмоциями в социальном взаимодействии, понимание эмоционального состояния партнера, эмпатия как механизм восприятия;

• индивидуальные стили коммуникативного процесса: ритуальное, манипулятивное, гуманистическое, основные стратегии воздействия на человека;

• понятие «манипуляция», использование манипулятивных технологий в коммуникативном процессе, ролевые и манипулятивные классификации, этическая составляющая манипулятивной коммуникации, средства и механизмы манипулятивного воздействия, распознавание манипуляции и защита от нее.

Вопросы для самопроверки:

1. Как в рамках интеракционной модели можно трактовать поведение коммуникантов?
2. Как рассматривается взаимодействие субъекта и объекта коммуникации в каждой модели?
3. Дайте определение коммуникативной стратегии.
4. Как соотносятся коммуникативные стратегии и тактики?
5. На каких основаниях строится типология речевых стратегий?
6. Приведите основные характеристики диалога с точки зрения его организации.
7. Как определяется, кто из коммуникантов владеет коммуникативной инициативой в конкретный момент диалога?
8. В чем смысл коммуникативных стратегий и тактик?
9. Каковы методы и техники организации эффективного коммуникативного взаимодействия?
10. Расскажите о нейтральных коммуникационных техниках.
11. Какие коммуникационные техники способствуют взаимопониманию партнера?
12. Охарактеризуйте аргументы разных видов, приведите примеры.
13. Каково содержание понятия «речевая тактика»?
14. Каковы особенности использования речевых тактик в монологе и диалоге?
15. Основные речевые тактики, используемые в целях убеждения собеседника?
16. Что такое пропаганда?

17. Какие виды пропаганды существуют?
18. В чем отличие пропаганды от агитации?
19. Какие аспекты коммуникации нуждаются в мониторинге со стороны коммуникантов?
20. Как лингвистическая сторона коммуникации связана с коммуникативной стратегией?
21. Какие стратегии обусловлены социологическими и психологическими предпосылками изучения коммуникативных стратегий и тактик?
22. Каков характер цели, на достижение которой направлена коммуникативная стратегия?
23. Подразумевает ли стратегия наличие только одного способа ее реализации?
24. Что понимается под коммуникативной установкой личности?
25. Чем ограничиваются возможные действия коммуникантов?
26. Почему возникают ситуации неоднозначного прочтения коммуникативных намерений?
27. Что подразумевается под нейтрализацией речевых тактик?
28. Обязательно ли для говорящего знание целей и мотивов слушающего?
29. Как взаимодействуют друг с другом когнитивные модели разных коммуникантов?

Прокомментируйте высказывание.

1) *Быть – значит общаться диалогически. Когда диалог кончается, все кончается. <...> Два голоса – минимум жизни, минимум бытия.*

Бахтин М.М. Проблемы поэтики Достоевского. - М.: Худ. лит., 1972. С. 434.

2) *Многие исследователи указывают на то, что во второй половине XX века имел место так называемый «коммуникативный поворот», когда к проблемам, связанным с изучением процессов коммуникации, интерпретации и понимания обратились такие науки, как социология, психология, антропология, культурология и другие. Проблемная ситуация, заключается в том, что нередко исследования процесса коммуникации в разных науках происходят параллельно, изолированно друг от друга, что приводит к появлению множества конкурирующих между собой определений, моделей и теорий. Однако, в последнее время всё чаще звучит призыв к необходимости междисциплинарного осмысления сущности процесса коммуникации и построения интегральной теории коммуникации, объединяющей опыт различных дисциплин в этой области исследования. В этих условиях первоочередной задачей становится критическое осмысление имеющихся в науке моделей коммуникации.*

Гапонов А.С. Социальный контекст как элемент коммуникации [Электронный документ] URL: <http://pr.tsu.ru/articles/157/> (дата обращения 19.12.2011)

Темы рефератов.

1. Переговоры и убеждение.
2. Базовые коммуникативные техники.
3. Техники аргументации.
4. Техники обратной связи.
5. Техники управления эмоциями в коммуникации.
6. Управление процессом переговоров.
7. Риторические и психологические методы управления общением в различных коммуникативных ситуациях.
8. Понятие манипуляции. Техники манипулирования информационными потоками.
9. Стратегии и тактики межличностного общения.
10. Понятие переговорного процесса. Виды и функции переговорного процесса.
11. Конфликты в процессе коммуникации.
12. Категория авторитетности в коммуникации.
13. Критерии выбора коммуникативных стратегии и тактики.
14. Понятие языкового манипулирования.
15. Обратная связь в публичном выступлении: риторические приемы.
16. Воздействие на аудиторию: средства аргументации.
17. Воздействие на аудиторию: экспрессивные средства.
18. Психологические барьеры в публичном выступлении.
19. История развития методов и концепций влияния, пропаганды и дискуссионного убеждения.
20. Поведенческие, когнитивные и логико-риторические подходы к убеждению.
21. Процесс убеждения и убежденность.
22. Бихейвиористские теории убеждающей речи.
23. Психология пропаганды.
24. Проблема сопротивления и подчинения убеждению.
25. Предвзгляд как установка.

Основная литература

- 1) Берн Э. Игры, в которые играют люди. - Екатеринбург: ЛИТУР, 2007.
- 2) Доценко Е.Л. Психология манипуляции: феномены механизмы и защита. - СПб: Речь, 2005.

- 3) Зверинцев А.Б. Коммуникационный менеджмент. Рабочая книга менеджера PR. - СПб, 2007.
- 4) Кара-Мурза С.Г. Манипуляция сознанием. - М.: Эксмо, 2004.
- 5) Орлов А.С. Введение в коммуникационный менеджмент. - М.: Гардарики, 2005.
- 6) Основы теории коммуникаций. Под ред. проф. М.А. Василика. Учебник рек. МО РФ. - М.: Гардарики, 2006.
- 7) Поцепцов Г.Г. Теория коммуникации. - М.: Рефл-Бук, 2006.
- 8) Соколов А.В. Общая теория коммуникации: Учебное пособие. - СПб: Изд-во Михайлова В.А., 2002.
- 9) Фишер Р., Юри Ф. Путь к согласию. Переговоры без поражения. - М., 2004.
- 10) Ходжсон Дж. Переговоры на равных. - Мн: Амалфея, 2006.
- 11) Шостром Э. Человек-манипулятор. - М.: Апрель-Пресс, 2004.
- 12) Эффективное деловое общение. Серия «Классика Harvard Business Review». - М.: Альпина бизнес букс, 2006.

Тема № 2. Вербальные и невербальные коммуникации (24 часа).

Цели и задачи темы:

- раскрыть особенности вербальных и невербальных коммуникаций.

Основные понятия:

вербальные средства, речь, язык, языковая личность, невербальные средства, экстралингвистика, кинесика, такесика, мимика.

Акцентировать внимание на

- различия вербального и невербального общения;
- вербальные средства коммуникации: речь, околоречевые (паралингвистическая и экстралингвистическая системы); структура речевого общения: значение и смысл слов; околоречевые средства (паралингвистическая система): темп речи, модуляция высоты голоса, тональность голоса, ритм речи, тембр речи, интонация, дикция; экстралингвистическая система (речевые звуковые явления);
- невербальную коммуникацию, исследования места и роли невербальной коммуникации в общении (Е.А.Петрова. Знаки общения); оптико-кинестическую коммуникацию, ее особенности (Исследования М.Аргайла); пространственно-временную организацию коммуникации; проксемику о роли пространственно-временной организации коммуникативного процесса; роль предметно-контактных, тактильных действий для коммуникации; роль ольфакторных средств в коммуникативном процессе;

- лингвистический (языковой) уровень коммуникации, вербальная основа языкового уровня коммуникации, понимание речевых актов и их типология, высказывание и дискурс как коммуникативные единицы;
- высказывание и дискурс как единицы вербальной коммуникации, типы дискурсов;
- тематическое поле, языковой код, регистр (тональность) и способ (канал) коммуникации – важнейшие структурные компоненты дискурса;
- различные подходы к моделированию дискурса: ментальная модель (Ф. Джонсон-Лэрд), модель фреймов (М. Минский. Ч. Филлмор), модель сценариев (Р. Шенк, Р. Абелсон), модель ситуаций (Т. А. ван Дейк);
- семиотические характеристики слова как основной единицы языка, семантическая структура слова;
- виды речевой деятельности: говорение, слушание, письмо, чтение;
- метод организации текста, виды речей, правила риторической композиции;
- публичную речь как основную вербальную коммуникацию, построения публичного выступления;
- стили речи: «функциональный стиль речи», научный стиль, официально-деловой стиль, газетно-публицистический стиль, разговорно-обиходный стиль;
- природу невербальной коммуникации, типология коммуникативных единиц невербальной коммуникации, социальная дифференциация и варьирование, соотношение сознательного и бессознательного в невербальной коммуникации, функции невербальных средств коммуникации;
- формы невербальной коммуникации: кинетика (язык тела); проксемика (пространство, дистанция); позы, манера держаться; мимика; жесты; контакт взглядов; паралингвистика (громкая—тихая речь; быстрая—медленная речь; многословие—лаконичность-молчание), физиогномика;
- виды невербальных коммуникативных средств: фонационные, кинесические и графические, их функции;
- паралингвистический (невербальный) уровень организации коммуникации;
- типологию кинесических средств и их роль в речевом поведении, классификации жестов по А. Штанглю, А. Пизу, Е.А Петровской и др.;
- проблему интерпретации невербального поведения;
- обоснование понятия «языковая личность» в социологическом аспекте (Ж. Пиаже, Л. Колберг, Т. Парсонс, Ч. Кули, Дж. Мид, Ю.А. Сорокин);
- структуру «языковой личности»: вербально-семантические, когнитивные и прагматические характеристики языковой личности в модели Ю.Н. Караулова;

- социальные характеристики коммуникантов;
- коммуникативную личность и параметры ее моделирования;
- личностные черты общительность, коммуникативность, контактность, адаптивность, коммуникативная совместимость; влияние темперамента на стиль общения; направленность личности и стиль общения; комплекс коммуникативных знаний и навыков;
- характеристики личности коммуникатора и их воздействие на процесс коммуникации; «трёхкомпонентный анализ личности коммуникатора» Кельмана: интернализация, идентификация, внешнее подчинение, факторы отношения аудитории к коммуникатору: безопасность, квалификация, динамизм, облик коммуникатора и слагаемые;
- металингвистический (метаязыковой) уровень организации коммуникации, понятие «метаязыка», основная функция метаязыкового уровня.

Вопросы для самопроверки:

1. Какие средства используются в процессе коммуникации?
2. Что суть общее и различное в коммуникативных средствах?
3. В чем различие знаков, образов, слов, жестов и терминов как коммуникативных средств?
4. В чем заключается специфика вербальной коммуникации?
5. Как соотносятся язык и культура?
6. Дайте определения понятиям «реальная картина мира», «культурная картина мира», «языковая картина мира».
7. Что такое коммуникативный стиль? Какие виды коммуникативных стилей вам известны?
8. Перечислите признаки языковой агрессии.
9. Каковы основные способы повышения эффективности коммуникации на вербальном уровне?
10. Какие виды невербальных способов коммуникации вы знаете?
11. Как понимается паралингвистика? Какие виды коммуникативных средств относятся к паралингвистике?
12. Какова природа невербальной коммуникации?
13. По каким критериям определяется коммуникативная ценность невербальных средств?
14. Каковы типы содержательной структуры невербальных знаков?
15. В чем достоинства и недостатки существующих типологий невербальных знаков?
16. Какие функции реализует невербальная коммуникация?
17. На какие коды делятся невербальные коды?

Прокомментируйте высказывание.

Можно утверждать, что вербальное общение, является системообразующим признаком Интернета как социальной реальности. Сейчас в основном Сеть предстает в качестве одного из вариантов виртуальной реальности, где на место подобия физических образов поставлено подобие коммуникации. Возросшая роль общения приводит к тому, что сам человек в Сети оказывается редуцированным до набора вербальных сообщений.

Горошко Е.И. Интернет-жанр и функционирование языка в Интернете: попытка рефлексии. – Саратов: Издательский центр «Наука», 2009. – Выпуск 6 «Жанр и язык». – С. 11-127.

Темы рефератов.

1. Служебная документация и документооборот
2. Социально-коммуникативные технологии публичного выступления
3. «Языковое существование» как одна из важнейших сфер деятельности человека.
4. «Индивидуальная языковая личность» и «коллективная языковая личность».
5. понятие коммуникативного конфликта
6. Взаимосвязь вербальных и невербальных коммуникаций.
7. Национальный язык и литературный язык: соотношение понятий, характеристики.
8. Нелитературные варианты национального языка.
9. Речевой этикет. Назначение, использование.
10. Языковая компетентность.
11. Язык как система систем.
12. Изучение личности делового партнера по невербальным признакам.
13. Коммуникативная и функциональная риторика.
14. Причины языковых ошибок и коммуникативных неудач.
15. Язык как средство категоризации, упорядочения опыта и конструирования человеком мира.
16. Факторы, влияющие на интерпретацию невербальных сигналов в процессе коммуникации.
17. Символическая коммуникация.
18. Вербальное общение: различия языка и речи.
19. Дискурс как коммуникативное событие.
20. Социальные потрясения и культура речи.
21. Перестройка и изменения русского языка конца XX – начала XXI вв.
22. Мотивированные отступления от языковых норм в публичном выступлении.

23. Невербальные сигналы утечки информации. Конгруэнтность.
24. Произвольные и непроизвольные реакции «языка тела».
25. Психологическая подстройка к партнёру: приёмы и технологии.
26. Природа и структура языкового знака. Типы языкового знака: индекс, икон, символ.
27. Универсальные социокультурные роли и сферы коммуникации. Функционально-стилевая окраска знака и ее разновидности.
28. Язык жестов как знаковая система: общее и особенное.
29. Речь и ее развитие в онтогенезе.

Основная литература

- 1) Айслер-Мертц К. Язык жестов. - М.: ФАИР-ПРЕСС, 2007.
- 2) Баева О.А. Ораторское искусство и деловое общение. - М.: Новое чтение, 2005.
- 3) Вендина Т.И. Введение в языкознание. – М.: Высшая школа, 2008.
- 4) Гвишиани Н.Б. Язык научного общения. Вопросы методологии. - М., 1986.
- 5) Гойхман О.Я., Надеина Т.М. Речевая коммуникация/Учебник. – М.: Инфра-М, 2003.
- 6) Горелов И.Н. Невербальные компоненты коммуникации. - М., 1980.
- 7) Горелов И.Н. Избранные труды по психолингвистике. - Москва: Лабиринт, 2003.
- 8) Караулов Ю.Н. Русский язык и языковая личность. - М., 1989.
- 9) Колкер Б. Г. Учебник языка эсперанто. Основной курс. - М.: Наука, 1992.
- 10) Колшанский Г.В. Паралингвистика. - М.: Наука, 1974.
- 11) Костомаров В.Г. Языковой вкус эпохи. - М., 1994.
- 12) Красных В.В. Основы психолингвистики и теории коммуникации: курс лекций. - М.: Гнозис, 2001.
- 13) Кривоносов А.Д. PR-текст в системе публичных коммуникаций. - СПб: СПбГУ, 2006.
- 14) Крысин Л.П. Русское слово, свое и чужое: (Исследования по современному русскому языку и социолингвистике). М.: Языки славян. культуры, 2004. Культура русской речи. Учеб. /Для вузов Российская акад. Наук им. В.В. Виноградова речи ред. Л.К. Граудина, Е.Н. Ширяев. - М, 2005.
- 15) Маслова В.А. Современные направления в лингвистике. - М.: Academia, 2008.
- 16) Соломоник А. Семиотика и лингвистика. - М., 1995.
- 17) Тер-Минасова С.Г. Язык и межкультурная коммуникация: (Учеб. пособие) - М.: Слово / Slovo, 2000.
- 18) Трескова С.И. Социолингвистические проблемы массовой комму-

никации. - М., 1989.

19) Язык и массовая коммуникация: Социолингвистическое исследование. - М., 1984.

Тема № 3. Коммуникации в разных сферах общества (24 часа).

Цели и задачи темы:

- раскрыть особенности коммуникации в различных сферах общества;
- выявить особенности следующих видов коммуникации:
 - межличностная коммуникация,
 - коммуникации в группах,
 - массовые коммуникации,
 - корпоративные коммуникации,
 - управленческая коммуникация,
 - бизнес-коммуникации,
 - кризисные и конфликтные коммуникации,
 - политические коммуникации,
 - публичные коммуникации,
 - религиозные коммуникации,
 - межкультурные коммуникации.

Основные понятия:

межличностное общение, социальная группа, масса, толпа, мода, реклама, управление, организация, бизнес, предпринимательство, политика, субкультуры, коммуникативная структура организации.

Акцентировать внимание на

- понятие межличностной коммуникации; аксиомы межличностной коммуникации по П. Вацлавик; ситуационные и психологические предпосылки межличностной коммуникации;
- коммуникативные стили: по типу жизненных установок, по паттернам коммуникации (В.Сатир), «окно Джохари» и стиль коммуникации; продуктивный стиль межличностного взаимодействия;
- структуру и динамику коммуникации в малых группах (типы малых групп, семья и организация, коммерческие и некоммерческие организации, досуговые группы (объединения по интересам); прагматика коммуникации в малых группах;
- особенности циркуляции информации в малых группах, обмен информацией между малыми группами, внешняя и внутренняя среда межгруппового общения, «лидеры мнений» и положение групп в информационном пространстве;

- коммуникативную структуру малой группы, лексику и грамматику коммуникации в малой группе, формирование групповой сплоченности и коммуникации в малой группе;
- межгрупповую коммуникацию, массовую коммуникацию как социальное явление и процесс, глобализацию пространства общения и трансформацию основных характеристик текста (низкий порог вхождения, мозаичность композиции и т.д.);
- понятия массовой коммуникации: структура и функции массовой коммуникации, коммуникаторы, массовая информация, средства передачи массовой информации (каналы), массовая аудитория, реакция аудитории, эффективность массовой коммуникации, мера эффективности;
- моделирование массовой коммуникации, особенности структурных элементов массовой коммуникации, социально-психологические, информационные и коммуникативные факторы, способствующие воздействию массовой коммуникации;
- основные виды текстов массовой коммуникации: новости и реклама, средства массового информирования и каналы массовой коммуникации;
- различные подходы к описанию функций массовой коммуникации (В. Парето, К. Мангейм, Т. Парсонс, Р.К. Мертон, С. Холл, Т. Адорно, М. Маклюэн и др.), теории массовой коммуникации в отечественных и зарубежных исследованиях;
- методы анализа массовой коммуникации: контент-анализ, пропагандистский анализ, анализ слухов;
- кризисные и конфликтные коммуникации; особенности кризисной коммуникации, коммуникационные кризисы и пути их разрешения; вид, структура, стадии коммуникационного кризиса; предпосылки возникновения кризиса коммуникации; механизмы коммуникативного воздействия в условиях кризиса.
 - этические и правовые основы управленческих коммуникаций;
 - стратегические, интегрированные, маркетинговые коммуникации;
 - организационные условия деловых коммуникаций, коммуникационная политика организации, корпоративная идентичность;
 - особенности коммуникационного менеджмента в коммерческих и некоммерческих организациях;
 - типы коммуникационного обслуживания бизнеса: коммуникация отдельно от бизнеса (виды и примеры); зеркальные коммуникации;
 - основные принципы современной коммуникационной политики; опережающие интегрированные коммуникации; возникновение «паблик рилейшнз» (управления общественными связями и отношениями) как попытка оптимизации коммуникативной среды организации;

- PR как институт управления коммуникативными процессами, правовые и этические основы деятельности PR-служб, информационно-аналитическое обеспечение и планирование деятельности PR-служб, структура PR-агентства и PR-отдела в организации, требования к персоналу PR-служб;

- понятие корпоративной культуры, методы формирования имиджа организации и ее лидера, работа пресс-центров и пресс-служб, публичные акции PR, технологии PR в конфликтной ситуации, технологии PR в переговорном процессе;

- различные способы коммуникаций в организации:

- вертикальные* — нисходящие и восходящие коммуникаций (от руководителя к подчиненным — в виде распоряжений, приказов и от подчиненного к руководителю — в виде отчетов, объяснительных записок, заявлений);

- горизонтальные* (обмен информацией между сослуживцами и отделами);

- межуровневые* (например, получая приказы из Министерства образования и науки РФ, ректорат, департамент по организации учебной работы перерабатывают их и преобразуют в конкретные планы деятельности и затем передают для исполнения в институты и деканаты);

- формальные* (обезличенная информация, передаваемая по особым стандартам и правилам в виде различных организационно-распорядительных документов, писем и сообщений);

- неформальные коммуникации* (в виде слухов, сплетен, интриг или совместных вечеринок, выездов на отдых и т.д.);

- основные направления внешнего и внутреннего коммуникационного менеджмента органов исполнительной и законодательной власти. Внешние контакты органов власти по функциям организации, по взаимодействию в рамках текущих государственных задач, по обращениям сторонних организаций и граждан;

- использование информационных технологий для обеспечения свободного доступа граждан к информации органов государственной власти и местного самоуправления; понятие «киберполитика», «цифровая (дигитальная, электронная, кибер-) демократия»;

- государственные информационно-управленческие системы класса «электронное государство» (e-government, eGov) и их составляющие («электронное правительство», «электронный парламент», «электронное правосудие»);

- информационные технологии в государственном управлении (e-Government); основные теории массовых коммуникаций: нормативная, авторитарная, либертарианская, теория социальной ответственности, теория

демократического участия;

- понятие эффективность массовой коммуникации; основные этапы исследования эффектов; факторы эффективности.

Прокомментируйте информацию

По данным журнала PR Reporter (1991. - 26 August) каналы коммуникации в зависимости от их успешности располагаются в следующей иерархии:

1. *Разговор «лицом к лицу».*
2. *Дискуссия в пределах небольшой группы лиц.*
3. *Выступления перед большой аудиторией.*
4. *Телефонный разговор.*
5. *Письмо, личное письменное сообщение.*
6. *Текст, напечатанный на машинке (компьютере).*
7. *Сообщение на большую аудиторию.*
8. *Материал (статья), отправленный прямой почтовой рассылкой.*
9. *Статья в виде информационного письма компании.*
10. *Новости в печатных СМИ.*
11. *Реклама в СМИ.*
12. *Наружная реклама. Щиты.*

Володина Л.В., Карпухина О.К. Деловое общение и основы теории коммуникации [Электронный документ] URL: <http://dvo.sut.ru/libr/sotciolo/volod/index.htm> (дата обращения 15.12.2011)

Вопросы для самопроверки:

1. Какие формы, средства, виды коммуникации преимущественно используются в различных сферах?
2. Каковы основные жанры в различных сферах коммуникации, какие средства и нормы коммуникативного поведения используют коммуниканты?
3. Дайте характеристику различных способов передачи информации в обществе: межличностная, специальная, массовая коммуникации.
4. Какие роли исполняют участники коммуникативного процесса в разных сферах общества?
5. Что понимается под межличностными отношениями?
6. Назовите основные различия целей и условий деятельности ПР бизнес-структур и ПР органов власти.
7. Каковы приемы, методы, технологии внутрикорпоративного ПР?
8. Как соотносятся кризисные и конфликтные коммуникации?

9. Каковы цели и задачи коммуникативной стратегии организации?
10. Какова характеристика аудитории средств массовой коммуникации?
11. Каково значение референтной группы при восприятии массовой информации?
12. В чем заключаются социально-психологические аспекты бизнес-коммуникаций?
13. Каковы гендерные различия деловых коммуникаций?
14. Каковы особенности деловой беседы?
15. Каковы правила проведения деловой беседы?
16. Каковы принципы этики деловых отношений и делового поведения?
17. В чем состоит специфика делового разговора по телефону?
18. Каким образом проводятся деловые совещания, дискуссии и споры?
19. В чем состоит коммуникативная сторона деловых отношений?
20. Каковы этические проблемы деловых отношений?
21. Каково понятие профессиональной и деловой этики?
22. Каким образом проводятся деловые совещания, дискуссии и споры?
23. Каковы виды бизнес-коммуникаций?
24. Каковы особенности деловой беседы?
25. Каковы правила проведения деловой беседы?
26. Каковы принципы деловых отношений и делового поведения?

Темы рефератов:

1. Современные тенденции в массовой коммуникации: глобализация, демассовизация, конгломерация, конвергенция.
2. Исполнительная власть и пресса.
3. Информационное пространство в современной России: политизация медиа и медиатизация политики.
4. Коммуникативное поведение в группах.
5. Руководитель как коммуникативная личность.
6. Структура и содержание управленческой коммуникации.
7. Факторы эффективности коммуникации в управлении.
8. Проблемы коммуникативной компетентности руководителя. Коммуникативное лидерство.
9. Психологические аспекты межличностного общения. Понятие манипуляции.
10. Массовая культура и массовая коммуникация.
11. Типологические характеристики личности в деловом общении.
12. Деловое общение и карьерный успех.
13. Деловое общение при обслуживании клиентов.
14. Работа с субкультурами (возрастные, социальные субкультуры) и удовлетворение информационных потребностей маргинальных групп.

15. Профессионально-ориентированная коммуникация.
16. Интраперсональная, межличностная, групповая, массовая коммуникация.
17. Формы, средства и виды коммуникации в профессиональной сфере.
18. Государственная символика как форма коммуникации.
19. Особенности бытовой коммуникации (жанры, нормы коммуникативного поведения, роли, средства).
20. Особенности коммуникативного поведения депутатов, президентов, лидеров партий.
21. Явление коммуникативной мимики в бытовой, политической и рекламной сфере (мимика участников, функций, элементов коммуникации).
22. Изучение «массы» как нового типа реципиента информации в работах социологов конца 19 – начала 20 века.
23. Природа общественного мнения.
24. Исследования аудитории массовой коммуникации в России.
25. Бизнес-коммуникации в управлении персоналом.
26. Коммуникации и корпоративная культура.
27. Управление коммуникациями на разных этапах жизненного цикла организации.

Основная литература

- 1) Барышева А.Д., Матюхина Ю.А., Шередер Н.Г. Этика и психология делового общения (сфера сервиса). - М.: ИНФРА-М, 2006.
- 2) Бландел Р. Эффективные бизнес-коммуникации: Теория и практика в эпоху информации. - СПб, 2000.
- 3) Борисова Е.А. Эффективные коммуникации в бизнесе. - СПб: Питер, 2005.
- 4) Бороздина Г.В. Психология делового общения: Учебник. 2-е изд. - М.: ИНФРА-М, 2006.
- 5) Буари, Ф. Паблик рилейшнз или стратегия доверия / Ф. Буари. - М., 2001.
- 6) Грачев М.Н. Политическая коммуникация: теоретические концепции, модели, векторы развития. - М.: Прометей, 2004.
- 7) Зарайченко В.Е. Этикет государственного служащего. - М.: ИКЦ «МарТ; Ростов н/Д: изд. центр «МарТ», 2006.
- 8) Зарецкая Е.Н. Деловое общение: в 2 т. (3-е изд.). - М.: Дело, ГОУ АНХ, 2008.
- 9) Королько В.Г. Основы паблик рилейшнз. - М.: «Рефл-бук», К.: «Ваклер», 2000.
- 10) Кривоносов А.Д. PR-текст в системе публичных коммуникаций. - СПб: СПбГУ, 2006.

- 11) Моисенко Е.А. Коммуникации в бизнесе. - Ростов н/Д: Феникс, 2007.
- 12) Назаров М.М. Массовая коммуникация в современном мире: методология анализа и практика исследований. (Издание 3-е, стереотипное). - М.: Едиториал УРСС, 2003.
- 13) Панфилова А.П. Деловая коммуникация в профессиональной деятельности. - СПб: Знание, ИВЭСЭП, 2004.
- 14) Петров Л. В. Массовая коммуникация и культура. Введение в теорию и историю. - СПб, 1999.
- 15) Питер, Л. Психология и паблик рилейшнз / Л. Питер. - М., 1993.
- 16) Поваляева М.А. Деловое общение. - М.: Феникс, 2005.
- 17) Покровская Е. А. Бизнес-коммуникации: Учебное пособие. - М.: Дашков и К, 2009.
- 18) Профессиональная коммуникация: вербальные и когнитивные аспекты: сб. докл. Междунар. науч.-практ. конф. - М.: РИПО ИГУМО, 2007.
- 19) Роджерс Э. Агарвала-Роджерс Р. Коммуникации в организациях. - М., 2000.
- 20) Связи с общественностью как социальная инженерия: Учеб. пособие / под ред. В.А.Ачкасовой и Л.В.Володиной. - СПб: Речь, 2005.
- 21) Спивак В. А. Современные бизнес-коммуникации. - СПб: Питер, 2002.
- 22) Томилов В.В. Культура организации международных бизнес-коммуникаций: Учеб. пособие. - СПб: СПбУЭФ, 1999.
- 23) Трескова С.И. Социолингвистические проблемы массовой коммуникации. - М.,1989
- 24) Управление общественными отношениями: Учебник. Изд.2, перераб. и доп. / под общей редакцией В.С. Комаровского. - М.: Изд-во РАГС, 2009.
- 25) Шишкина М.А. Паблик рилейшнз в системе социального управления. - СПб: СПбГУ, 2004.

Тема № 4. Международные коммуникации (23 часа).

Цели и задачи темы:

- раскрыть специфический характер международных коммуникаций;
- познакомиться с концепции межкультурных различий: теория ценностных ориентаций Клакхон и Строббека, теория ценностных конфигураций Парсонса;
- выделить культурные различия международных коммуникаций: критерии, содержание и их значение;

- выявить факторы актуализации мультинациональных деловых коммуникаций, формирования делегаций и механизмов принятия решений в процессе международной коммуникации.

Основные понятия:

интерлингвистика, языки межнационального общения международная информация, информационная безопасность, информационная война, информационная угроза, принудительная дипломатия, многополярная межкультурная коммуникация, мировое коммуникационное пространство, национальный характер, менталитет, фреймы как способы познания разных культур.

Акцентировать внимание на

• антропологический, культурологический, социально-психологический, этнологический подходы к изучению межкультурного взаимодействия.

• международную коммуникацию, рассматривающую различные аспекты отношений посредством обмена информацией между национальными, этническими, культурными или по-другому идентифицируемыми группами или сообществами, как на межгосударственном, так и на внутригосударственном уровнях.

• понятие «культуры», культуру как аксиологическую систему, трудности постижения системы стереотипов иной культуры, межэтнические конфликты, категорию «толерантности», перспективы налаживания межкультурного общения;

• уровни взаимодействия культур: этнический, национальный, цивилизационный уровень (Б.С. Ерасов);

• любой факт и процесс межкультурной коммуникации (характеристика по уровню/глубине проникновения коммуникантов в контактирующие культуры: культурное взаимоприятие); культурное взаимопонимание; культурное «взаимоединение» (С.К. Милославская);

• параметры межкультурных различий: теории Хофстеде (индивидуализм-коллективизм, дистанция власти, степень избегания неопределенности, фемининность-мужскость);

• теорию Холла: высоко- и низкоконтекстные культуры;

• консолидацию информационных потоков, формирование государственной идеологии, патриотизм, информационные войны в обществе;

• особенности речи, обращенной к международной аудитории;

- языковую компетенцию, включающую способность к чтению и восприятию специализированных текстов на иностранных языках в режиме реального времени; способность к восприятию и документированию мультимедийной информации на иностранных языках в режиме реального времени; способность к последовательному и синхронному переводу; способность к лингвострановедческому анализу; навыки устной и письменной презентации на иностранных языках; способность к проведению научного исследования на иностранных языках; навыки устного выступления на иностранных языках, включая выступления на государственном уровне и др.;

- роль специалистов по связям с общественностью (помощь работодателям справляться с потоками информации и переменами и преобразовывать страх перемен в продуктивные возможности, вносящие положительный вклад в развитие общества и личности на глобальном и местном уровнях);

- классификацию культур: моноактивные, полиактивные и реактивные (слушающие); культуры ориентированные на безличную информацию, ориентированные на диалог и слушающие культуры;

- два вида обмена информацией – обмен технологической информацией и обмен социокультурной информацией:

- схема А: идет максимум обмена прикладной информацией и минимум социокультурной (страны Азии),

- схема Б: максимально воспринимается социокультурная информация, но сведена до минимума прикладная информация (страны СНГ) (А. Панарин);

- субъекты деятельности в информационном пространстве общества, реализующим государственную (внутреннюю и внешнюю) информационную политику, относятся: органы государственной власти и управления; средства массовой информации и массовой коммуникации (СМИ и МК);

- факторы, влияющие на международные коммуникации: стереотипы, предрассудки, дискриминация;

- национальную деловую культуру, культуру ведения бизнеса, четыре группы параметров деловой культуры: отношение к времени, отношение к природе, межличностные отношения, типы корпоративных культур;

- смысловой контакт в межкультурной коммуникации; возможности возникновения «псевдокоммуникации» и «квазикоммуникации» в межкультурном контексте общения.

Вопросы для самопроверки:

1. Как соотносятся понятия «международная коммуникация», «глобальная коммуникация» и «межкультурная коммуникация»?

2. Какова взаимосвязь терминов «межкультурная коммуникация», «кросскультурная коммуникация» и «мультикультурная коммуникация»?
3. Какие события последних лет актуализировали вопросы изучения международной коммуникации?
4. Какие информационные проблемы международного характера выдвигает перед Россией и другими странами мировое информационное развитие?
5. Каковы основные социальные детерминанты межкультурных коммуникаций?
6. В чем специфика межкультурной коммуникации как элемента профессионального общения в деятельности сотрудника таможенной службы?
7. Каковы приоритетные направления развития межкультурной коммуникации в интересах обеспечения безопасности личности, общества и государства?
8. Что является основополагающими задачами государственной власти в проведении информационной политики в аспекте международных отношений?
9. Каковы факторы информационной государственной политики?
10. В чем заключается основная идея теории «культурной грамотности» Э. Хирша? теории «Культурного шока» К. Оберга, теории К. Клакхона и Ф. Стробека, теории Л. Самовара и Р. Портера?
11. Каковы последствия межкультурного контакта на уровне групп и личности?
12. В чем особенность каждой фазы адаптации личности к чужой культуре («V-кривая»): «медовый месяц»; «культурный шок»; «адаптация» или «бегство» и реадаптации («W-кривая»)?
13. Какова специфика типов реакции на другую культуру и ее представителей: отрицание, защита, минимизация, принятие, адаптация, интеграция?
14. Какова специфика адаптации к другой культуре?
15. Дайте определение культурному шоку. Какова его природа?
16. Каковы способы преодоления и минимизации культурного шока?
17. Какие факторы, влияющие на процесс адаптации к новой культурной среде, вам известны?
18. В чем заключаются исторические, географические, экономические, политические, лингвистические причины статуса английского языка как язык межкультурного общения?
19. Как выявляют себя коммуникативные аспекты толерантности?

Прокомментируйте высказывание

*Человеческая коммуникация вообще и языковая коммуникация в частности подчиняются тем **конвенциям** (условностям), которые приняты в данной этнической культуре или в данном социальном коллективе в данную историческую эпоху. Поэтому одного знания системы того или иного языка, его фонологических, грамматических и лексических правил мало для того, чтобы успешно общаться на этом языке... от человека, желающего успешно общаться с носителями другого языка, требуется умение вживаться в менталитет другого народа (этноса) или субэтноса, в менталитет его определённой социальной (сословно-классовой, профессиональной, половозрастной) группы. Язык не просто замкнутая в себе система знаков, а **система правил коммуникативного поведения человека** в условиях определённой культуры и социума. К этому можно добавить следующее. Если понимать язык как особый, а именно коммуникативной и — более узко — вербальный способ (или форму) человеческого поведения, то следует учитывать исключительную способность каждого конкретного языка приспособляться к бесконечному разнообразию жизненных ситуаций. Поэтому так трудно познать свой родной язык и неизмеримо сложнее познать чужой язык (или чужие языки). Выражение **Язык бесконечен, и полностью выучить его невозможно** не лишено смысла.*

Сусов И.П. Введение в теоретическое языкознание. [Электронный документ] URL: http://homepages.tversu.ru/~ips/I_06.htm (дата обращения: 05.02.2012)

Темы рефератов:

1. Категория «толерантности» и налаживание межкультурного общения.
2. Бытовые, этнические и конфессиональные стереотипы и проблема межкультурного общения.
3. Место информационных процессов в современном обществе.
4. Стадия вхождения России в информационную общественную формацию. Понятие информационного империализма.
5. Международные рекламные сети.
6. Международные и межкультурные деловые коммуникации.
7. Коммуникативные стратегии в экстремальных условиях. Информационные атаки: способы нейтрализации.
8. Современная российская и международная деловая риторика и культура деловой речи.
9. Международно-правовое регулирование международной коммуникации.

10. Движение за Новый Мировой Информационный и Коммуникационный Порядок (NWICO).
11. Перспективы формирования единого европейского информационного пространства.
12. Внешняя информационная политика ведущих информационных держав на современном этапе.
13. Трансформация роли индивида в мировом коммуникационном процессе на рубеже XX - XXI вв.
14. Модели межкультурного взаимодействия и уровни межкультурной коммуникации.
15. Языковая политика в сфере распространения информации и особенности функционирования СМИ в условиях глобализации.
16. Язык СМИ и Интернета как средство межкультурного взаимодействия.
17. Проблемы трансформации языковой картины мира в процессе обучения иностранным языкам.
18. Проблемы изучения этноязычных систем и межкультурных различий.
19. Лингво-когнитивный аспект формирования межкультурной компетенции.
20. Социально-культурные аспекты межкультурной коммуникации.
21. Культурные вариации в подготовке деловых презентаций.
22. Национальные культуры в системе ведения переговоров
23. Речевой этикет и национальные особенности речевой культуры. Национальные особенности этикета представлений и приветствий.
24. Мультикультурализм как политика и стратегия развития международных рыночных отношений.
25. Структуры государственного управления, процесс принятия решений, избегание ситуаций неопределенности в разных национальных культурах.
26. Европейский и американский стиль ведения бизнеса.
27. Сравнительный анализ ценностей американской и европейской культуры.
28. Россия глазами иностранцев: деловой стиль в новой России.
29. Национальная культура и особенности политического мышления.
30. Переживание индивидом «чужого» и «своего» при контакте с носителями другой культуры.
31. Стили вербального общения, присущие разным культурам: краткий, сжатый, вычурный. Политическая корректность – языковой такт.
32. Стили принятия решения в американской, германской, японской и русской культурах.

33. Мультикультурализм: российская, американская, австралийская, французская, канадская модели (на выбор сравнить).
34. Коммуникативное поведение русских, американцев, японцев и др. (на выбор).
35. Корпоративная и национальная культуры в многонациональной корпорации.
36. Международный менеджер (стратегии решения задач, процесса взаимодействия, выбора способа коммуникации и пр.).
37. Россия и Запад: общность или отчуждение? Возможна ли эффективная межкультурная коммуникация между этими культурами?
38. Международная коммуникация в дипломатической сфере.
39. Особенности межкультурной междурасовой коммуникации.
40. Особенности межкультурной межэтнической коммуникации.
41. Особенности межкультурной коммуникации между представителями разных субкультур (субкультура интеллигенции, молодежная субкультура).
42. Особенности межкультурной интернациональной коммуникации.
43. Формы передачи предупреждающей информации в разных странах.

Основная литература

- 1) Леонтович О.А. Введение в межкультурную коммуникацию. - М.: Гнозис, 2007.
- 2) Григорьев Б.В., Чумакова В.И. Intercultural Communication. Межкультурные коммуникации. - Санкт-Петербург: ИД «Петрополис», 2008.
- 3) Грушевицкая Т.Г., Попков В.Д., Садохин А.П. Основы межкультурной коммуникации: Учебник для вузов / Под ред. А.П. Садохина. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2002.
- 4) Гудков Д.Б. Теория и практика межкультурной коммуникации. - М.: Гнозис, 2003.
- 5) Зинченко В.Г. Межкультурная коммуникация. От системного подхода к синергетической парадигме: учеб. пособие / В.Г. Зинченко, В.Г. Зусман, З.И. Кирнозе. - М.: Флинта, : Наука, 2007.
- 6) Карт П., Фокс К. Преодоление культурных различий: Практическое руководство по международному деловому общению. / Пенни Карт, Крис Фокс. - Пер. с англ. И. Гаврилова. - М.: ФАИР-ПРЕСС, 2005.
- 7) Культура и устойчивое развитие мирового сообщества в XXI веке. - М.: Международное издательство «Информациология», 2002.
- 8) Персикова Т.Н. Межкультурная коммуникация и корпоративная культура: Учебное пособие. - М.: Логос, 2004.

- 9) Резников Е.Н. Психология этнического общения. - М.: Ин-т психологии РАН, 2007.
- 10) Тер-Минасова С.Г. Язык и межкультурная коммуникация: (Учеб. пособие). - М.: Слово / Slovo, 2000.
- 11) Томилов В.В. Культура организации международных бизнес-коммуникаций: Учеб. пособие. - СПб: СПбУЭФ, 1999.

2. РАБОТА НАД РЕФЕРАТОМ

Реферат является определенным этапом в овладении студентом научными знаниями и навыками исследовательской работы с использованием приобретенных знаний.

Студент должен продемонстрировать не просто знания теории, изученной по книгам и лекциям преподавателей, а умение творчески использовать эти знания для исследования реальных проблем.

Студент обязан проявить достаточную самостоятельность в раскрытии темы (исключается переписывание и компиляции готовых работ различных авторов). Если студент берет в качестве источника научные труды (конечно, никакая научная работа не делается без этого), то он перерабатывает их содержание применительно к теме своей работы. Он может взять какое-то теоретическое положение или исследовательскую методику, использовать в своей работе с обязательной ссылкой на источник.

Целью написания реферата является овладение новыми знаниями, умениями и навыками научно-исследовательской работы.

Какова последовательность работы над рефератом?

1. Выбор проблемы (желательно сформулировать ее в виде вопроса), т.е. той мыслительной задачи, которую автор должен решить в реальной жизни.
2. Формулировка проблемы в качестве темы исследования. Тему работы студент выбирает самостоятельно.
3. Составление подробного по содержанию и логически стройного плана работы по исследованию проблемы (совместно с научным руководителем).
4. Сбор теоретического и фактического материала по проблеме.
5. Анализ материала и составление плана его изложения с целью решения поставленного в курсовой работе вопроса.
6. Написание текста реферата согласно разработанному плану (черновой вариант).
7. Оформление.

Что такое рабочий план реферата?

Рабочий план начинается с разработки темы, т.е. замысла предполагаемого исследования. Он только в основных чертах дает характеристику предмета исследования, однако в дальнейшем такой план может и должен уточняться, однако основная задача, стоящая перед работой в целом, должна оставаться неизменной. Рабочий план имеет произвольную форму. Обычно это план-рубрикатор, состоящий из перечня расположенных в

столбик рубрик, связанных внутренней логикой исследования данной темы.

На более поздних стадиях работы составляют план-проспект, то есть такой план, который представляет собой реферативное изложение расположенных в логическом порядке вопросов, по которым в дальнейшем будет систематизироваться весь собранный фактический материал.

Что предполагает собой содержание реферата?

По своему содержанию реферат должен давать аргументированные ответы на следующие вопросы:

1. Почему вы выбрали именно эту тему?
2. В чем суть проблемы, которую вы хотели бы решить в данной работе?
3. Как решают эту проблему другие (например, как этот вопрос решается на Западе, на Востоке; одним и другим мыслителем)?
4. Как вы оцениваете имеющиеся на сегодняшний день способы ее решения?
5. Какой способ решения вам видится наиболее эффективным?

Всякая работа должна иметь стержневую идею, которую надо сформулировать с самого начала и следовать ей на протяжении всего исследования. Помните: нередко краткая формулировка стержневой идеи является наиболее удачным названием темы.

Какова структура реферата?

Традиционно сложилась определенная композиционная структура реферата, основными элементами которой в порядке их расположения являются следующие:

1. титульный лист;
2. оглавление (план);
3. введение;
4. главы основной части;
5. заключение;
6. библиографический список;
7. приложения (по необходимости).

По содержанию можно выделить четыре основных частей работы: вступление, изложение, доказательство (или разработка) и заключение.

Во введении обосновывается актуальность выбранной темы исследования, ставятся цели и конкретные задачи (это обычно делается в форме перечисления: *изучить...*, *описать...*, *установить...*, *выяснить...*), определяется объект (это процесс или явление, порождающее проблемную ситуацию и избранное для изучения) и предмет (это то, что находится в грани-

цах объекта и будет непосредственно изучаться). Объект и предмет исследования как категории соотносятся между собой как общее и частное. В объекте выделяется та его часть, которая служит предметом исследования. Именно на него и направлено основное внимание студента, именно предмет исследования определяет тему курсовой работы.

Работа должна завершаться выводами. В заключении имеет смысл повторить стержневую идею и, кроме того, вновь (в кратком виде) вернуться к тем моментам основной части, которые являются опорными, суммировать наиболее важные положения. Конец работы должен «закруглить» ее, то есть связать с началом.

Как целесообразно собирать фактический и теоретический материал?

Основными источниками для реферата являются следующие: информационные издания (цель выпуска которых является оперативная информация как о самих публикациях, так и о наиболее существенных сторонах их содержания), монографии (содержащие полное и всестороннее исследование какой-либо темы), научные сборники статей и др.

Изучение научных публикаций желательно проводить по этапам:

- 1) общее ознакомление с произведением в целом по его оглавлению;
- 2) беглый просмотр всего содержания;
- 3) чтение в порядке последовательности изложения материала;
- 4) выборочное чтение какой-либо части произведения;
- 5) выписка представляющих интерес материалов;
- 6) критическая оценка записанного, его редактирование и «чистовая» запись как фрагмент текста будущей курсовой работы.

Каковы способы изложения материала?

Существует шесть основных методов изложения материала:

1. индуктивный – изложение материала от частного к общему, от частных примеров к обобщениям и выводам;
2. дедуктивный – изложение материала от общего к частному, об общей идеи, положения к разъясняющим их смысл конкретным примерам;
3. аналогии – сопоставление различных явлений, событий, фактов;
4. концентрический – расположение материала вокруг главной проблемы, переход от общего рассмотрения центрального вопроса к более конкретному и углубленному анализу различных его аспектов;
5. ступенчатый – последовательное изложение одного вопроса за другим;

б. исторический – изложение материала в хронологической последовательности, описание и анализ изменений, который произошли с течением времени.

Использование различных методов изложения материала позволит сделать основную часть курсовой работы более оригинальной, нестандартной.

Какова технология написания реферата?

Психологически легче начинать писать с любого пункта своего плана, где вопрос кажется наиболее проясненным для автора, так что он готов по нему тут же высказаться достаточно определенно. В процессе написания этого первого фрагмента будет происходить дальнейшее проникновение в существо проблемы и будет становиться все яснее содержание и логика работы.

Правила, сформированные Р. Декартом, помогут излагать материал:

1. Положения, понятия должны быть ясными и понятными, не вызывать никаких сомнений.

2. Разделять всякий исследуемый вопрос на столько, частей, сколько требуется для его лучшего понимания.

3. Мыслить по порядку, начиная с вещей наиболее простых и постепенно поднимаясь до самых сложных.

4. Нельзя упускать ничего существенного в процессе рассуждения.

Вводную часть лучше написать в последнюю очередь. Дело в том, что содержание первых строк всегда дается трудно, так как автор должен раскрыть свой замысел, выявить свое видение проблемы, в чем он еще сам не вполне успел разобраться, а разберется лишь в процессе проникновения в тему в ходе написания работы.

Каковы основные требования к тексту работы?

Основными требованиями к тексту работы являются следующие:

1. грамотность изложения (правильное словоупотребление без смешивания научных понятий с житейскими словами-названиями);

2. лаконичное и строго логичное изложение мысли без общих трафаретных фраз;

3. точность, ясность и краткость изложения материала.

Характерной особенностью текста является целенаправленность. В тексте реализуется определенная и единая в своей комплектности цель, и каждая его часть целенаправленна в составе целого. Целенаправленность предполагает целостность текста – единство содержания и речевой формы, она бывает как внутренней, так и внешней. Под целостностью внутренней формы подразумевается внутренняя организованность, структурность и

оформленность содержания текста. Под целостностью внешней языко-речевой формы понимается оформление начала и конца вашего произведения, соразмерность членения на части, обозначение связей и переходов между частями, стилистическая целостность.

Стиль письменной научной речи – это безличный монолог. Поэтому обычно ведется от третьего лица, так как внимание сосредоточено на содержании и логической последовательности сообщения, а не на субъекте. Авторское «я» как бы отступает на второй план.

Как оформить реферат?

Титульный лист является первой страницей работы и заполняется по следующим правилам:

1. В верхнем поле указывается полное наименование учебного заведения.

2. В среднем поле дается заглавие работы, которое проводится без слова «тема» и в кавычки не заключается. Заглавие должно быть по возможности кратким, точным и соответствовать ее основному содержанию. Не следует допускать в заглавии неопределенных формулировок, например «Анализ некоторых вопросов...», а также штампов «К вопросу о...», «К изучению...» и др.

3. Далее ближе к правому краю титульного листа указывается фамилия и инициала преподавателя – научного руководителя, который оценивает работу, а также фамилия, имя, отчество исполнителя (в именительном падеже). В нижнем поле указывается место выполнения (Санкт-Петербург) и год ее написания (без слова год).

После титульного листа помещается оглавление, в котором приводятся все заголовки работы. Заголовки оглавления должны точно повторять заголовки в тексте. Сокращать или давать их в другой формулировке, последовательности и соподчиненности по сравнению с заголовками в тексте нельзя.

При цитировании необходимо текст цитаты заключать в кавычки и приводит в той грамматической форме, в какой дан в источнике, с сохранением особенностей авторского написания. Цитирование должно быть полным, без произвольного сокращения цитируемого текста и без искажения мысли автора. Пропуск слов, предложений, абзацев допускается без искажения цитируемого текста и обозначается многоточием. Оно ставится в любом месте цитаты (в начале, в середине, в конце). Каждая цитата должна сопровождаться ссылкой на источник. Ссылки бывают внутритекстовые и подстрочные. В первом случае в скобках указывается лишь номер источника по списку используемой литературы и номер страницы, на ко-

тором напечатано цитируемое место, например, [16, С. 10], что означает: 16 источник, 10 страница.

Цитирование не должно быть ни избыточным (впечатление компилятивности работы), ни недостаточным (снижает научную ценность).

В конце работы должен быть список используемой литературы (монографий, брошюр, статей по теме, учебников и учебных пособий, с указанием соответствующих глав и параграфов, откуда студент позаимствовал те или иные теоретические положения или методы исследования). Каждый включенный в список литературный источник должен иметь отражение в тексте.

1. Методология и методы психолого-педагогического исследования / В.И. Загвязинский. - М.: Академия, 2001. - 208 с.

2. Цыбин А.С. Академия наук высшей школы России - важнейшая составляющая Международной академии наук высшей школы // Доклады Академии наук высшей школы России. - М., 2003. - № 1. - С. 7-12.

Каким должен быть объем реферата?

Объем работы должен быть таким, чтобы теоретическое содержание и весь фактический материал, подвергаемый анализу, вошли в содержание работы с нужной достаточностью, чтобы читающему было понятно и убедительно для него все сказанное. Объем работы должен позволить вместить все нужное (теоретические предпосылки, фактический материал, его анализ и четкий логический вывод из него, с последующими практически рекомендациями). Объем работы – 15-20 страниц печатного текста. Чтобы не превышать этот объем, надо предварительно тщательно продумать содержание работы, изъять из нее все менее существенное, частное, необязательное. Превышение указанного объема свидетельствует об аморфности мысли, о ее поверхности, являющейся следствием спешки или нежелания (неумения) размышлять над прочитанным материалом и наблюдаемом явлением в сопоставлении их друг с другом.

Что предполагает оценка реферата?

Оценка включает:

а) оценку степени раскрытия темы: соответствие содержания работы названию темы, а глав и параграфов – названию пунктов плана.

б) оценку научного содержания (качества) излагаемого материала;

в) степень проявленной студентом-автором творческой самостоятельности.

Критериями оценки реферата являются:

- актуальность темы и задач работы;
- обоснованность результатов и выводов;
- определенная новизна полученных данных;
- самостоятельность исследования (личный вклад слушателя);
- возможность практического использования полученных результатов в военно-профессиональной деятельности офицера.

При принятии окончательного решения об оценке работы должны учитываться:

- уровень устного доклада на защите;
- качество иллюстративного материала к докладу;
- соответствие оформления работы установленным требованиям.

3. РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ЗАЩИТЕ РЕФЕРАТА

Защита реферата может осуществляться в различных формах. Однако рекомендуем защиту реферата с использованием современных технологий. К примеру, при помощи презентации, сделанной в Microsoft PowerPoint.

Представляемая информация должна быть яркой и интересной, доступной расшифровке, будить чувство удивления, увлекать новизной, заставлять мыслить. Для этого она должна обладать обязательными психолого-дидактическими качествами:

- обеспечивать разнообразие и избыточность сообщения в кадре («открытость кадра» для связи последующего содержания с предыдущим);
- быть логически структурированной (в том числе за счёт анимации и гиперссылок),
- соответствовать учебным целям и в то же время отвечать потребностям и интересам самих учащихся,
- иметь выраженные познавательные установки,
- носить деятельностный и интеллектуальный характер,
- создавать достаточное визуальное «поле разнообразия» для осматривания объекта с целью понимания и объединения одномоментных восприятий в целостный образ.

Представление материала не должно быть равномерным, монотонным. Как правило, в пределах одной темы можно выделять 4-5 акцентов, привлекающих внимание зрителя (используя эффект неожиданности, удивления, эмоционального оживления). Выделения желательно располагать по нарастанию эффекта, чтобы предыдущее впечатление не «маскировало» последующее действие.

Работа с презентацией – это постоянный процесс поиска более удобных и емких форм подачи учебного материала. Желательно постоянно оценивать свою работу с позиции профессиональной грамотности, обоснованности использования мультимедийных спецэффектов, интерактивности готовой презентации, оригинальности, наличия интересных содержательных находок, и корректировать ее, привлекая к этой деятельности профессионалов. Поэтому рекомендуем внимательно ознакомиться с представленной ниже информацией.

3.1. Правила оформления компьютерных презентаций [5]

Общие правила дизайна

Многие дизайнеры утверждают, что законов и правил в дизайне нет. Есть советы, рекомендации, приемы. Дизайн, как всякий вид творчества, искусства, как всякий способ одних людей общаться с другими, как язык, как мысль — обойдет любые правила и законы.

Однако, можно привести определенные рекомендации, которые следует соблюдать, во всяком случае, начинающим дизайнерам, до тех пор, пока они не почувствуют в себе силу и уверенность сочинять собственные правила и рекомендации.

Правила шрифтового оформления:

1. Шрифты с засечками читаются легче, чем гротески (шрифты без засечек).
2. Для основного текста не рекомендуется использовать прописные буквы.
3. Шрифтовой контраст можно создать посредством: размера шрифта, толщины шрифта, начертания, формы, направления и цвета.

Правила выбора цветовой гаммы:

1. Цветовая гамма должна состоять не более чем из двух-трех цветов.
2. Существуют несочетаемые комбинации цветов.
3. Черный цвет имеет негативный (мрачный) подтекст.
4. Белый текст на черном фоне читается плохо (инверсия плохо читается).

Правила общей композиции:

1. На полосе не должно быть больше семи значимых объектов, так как человек не в состоянии запомнить за один раз более семи пунктов чего-либо.
2. Логотип на полосе должен располагаться справа внизу (слева наверху и т. д.).
3. Логотип должен быть простой и лаконичной формы.
4. Дизайн должен быть простым, а текст — коротким.
5. Изображения домашних животных, детей, женщин и т.д. являются положительными образами.
6. Крупные объекты в составе любой композиции смотрятся довольно неважно. Аршинные буквы в заголовках, кнопки навигации высотой в 40 пикселей, верстка в одну колонку шириной в 600 точек,

разделитель одного цвета, растянутый на весь экран — все это придает дизайну непрофессиональный вид.

Не стоит забывать, что на каждое подобное утверждение есть сотни примеров, доказывающих обратное. Поэтому приведенные утверждения нельзя назвать общими и универсальными правилами дизайна, они верны лишь в определенных случаях.

Рекомендации по дизайну презентации

Чтобы презентация хорошо воспринималась слушателями и не вызвала отрицательных эмоций (подсознательных или вполне осознанных), необходимо соблюдать правила ее оформления.

Презентация предполагает сочетание информации различных типов: текста, графических изображений, музыкальных и звуковых эффектов, анимации и видеофрагментов. Поэтому необходимо учитывать специфику комбинирования фрагментов информации различных типов. Кроме того, оформление и демонстрация каждого из перечисленных типов информации также подчиняется определенным правилам. Так, например, для текстовой информации важен выбор шрифта, для графической — яркость и насыщенность цвета, для наилучшего их совместного восприятия необходимо оптимальное взаиморасположение на слайде.

Рассмотрим рекомендации по оформлению и представлению на экране материалов различного вида.

Текстовая информация

- размер шрифта: 24–54 пункта (заголовок), 18–36 пунктов (обычный текст);
- цвет шрифта и цвет фона должны контрастировать (текст должен хорошо читаться), но не резать глаза;
- тип шрифта: для основного текста гладкий шрифт без засечек (Arial, Tahoma, Verdana), для заголовка можно использовать декоративный шрифт, если он хорошо читаем;
- курсив, подчеркивание, жирный шрифт, прописные буквы рекомендуется использовать только для смыслового выделения фрагмента текста.

Графическая информация

- рисунки, фотографии, диаграммы призваны дополнить текстовую информацию или передать ее в более наглядном виде;
- желательно избегать в презентации рисунков, не несущих смысловой нагрузки, если они не являются частью стилового оформления;

- цвет графических изображений не должен резко контрастировать с общим стилевым оформлением слайда;
- иллюстрации рекомендуется сопровождать пояснительным текстом;
- если графическое изображение используется в качестве фона, то текст на этом фоне должен быть хорошо читаем.

Анимация

Анимационные эффекты используются для привлечения внимания слушателей или для демонстрации динамики развития какого-либо процесса. В этих случаях использование анимации оправдано, но не стоит чрезмерно насыщать презентацию такими эффектами, иначе это вызовет негативную реакцию аудитории.

Звук

- звуковое сопровождение должно отражать суть или подчеркивать особенность темы слайда, презентации;
- необходимо выбрать оптимальную громкость, чтобы звук был слышен всем слушателям, но не был оглушительным;
- если это фоновая музыка, то она должна не отвлекать внимание слушателей и не заглушать слова докладчика.

Единое стилевое оформление

- стиль может включать: определенный шрифт (гарнитура и цвет), цвет фона или фоновый рисунок, декоративный элемент небольшого размера и др.;
- не рекомендуется использовать в стилевом оформлении презентации более 3 цветов и более 3 типов шрифта;
- оформление слайда не должно отвлекать внимание слушателей от его содержательной части;
- все слайды презентации должны быть выдержаны в одном стиле;

Содержание и расположение информационных блоков на слайде

- информационных блоков не должно быть слишком много (3-6);
- рекомендуемый размер одного информационного блока — не более 1/2 размера слайда;
- желательно присутствие на странице блоков с разнотипной информацией (текст, графики, диаграммы, таблицы, рисунки), дополняющей друг друга;
- ключевые слова в информационном блоке необходимо выделить;

- информационные блоки лучше располагать горизонтально, связанные по смыслу блоки — слева направо;
- наиболее важную информацию следует поместить в центр слайда;
- логика предъявления информации на слайдах и в презентации должна соответствовать логике ее изложения.

Помимо правильного расположения текстовых блоков, нужно не забывать и об их содержании — тексте. В нем ни в коем случае не должно содержаться орфографических ошибок. Также следует учитывать общие правила оформления текста.

После создания презентации и ее оформления, необходимо отрепетировать ее показ и свое выступление, проверить, как будет выглядеть презентация в целом (на экране компьютера или проекционном экране), насколько скоро и адекватно она воспринимается из разных мест аудитории, при разном освещении, шумовом сопровождении, в обстановке, максимально приближенной к реальным условиям выступления.

3.2. Критерии оценки презентаций

1. Дизайн и мультимедиа-эффекты.

Плохо	Удовлетворительно	Хорошо	Отлично
Цвет фона не соответствует цвету текста	Цвет фона плохо соответствует цвету текста	Цвет фона хорошо соответствует цвету текста	Цвет фона гармонирует с цветом текста, все отлично читается
Использовано более 5 цветов шрифта	Использовано более 4 цветов шрифта	Использовано 3 цвета шрифта	Использовано 3 цвета шрифта
Каждая страница имеет свой стиль оформления	Некоторые страницы имеют свой стиль оформления	1-2 страницы имеют свой стиль оформления	Все страницы выдержаны в едином стиле
Гиперссылки не выделены	Гиперссылки выделены	Гиперссылки выделены и имеют разное оформление до и после посещения кадра	Гиперссылки выделены и имеют разное оформление до и после посещения кадра
Анимация отсутствует (или презентация перегружена анимацией)	Анимация дозирована	Анимация присутствует только в тех местах, где она уместна	Анимация присутствует только в тех местах, где она уместна и усиливает эффект восприятия текстовой части информации
Слишком мелкий шрифт (соответственно, объем информации слишком велик – кадр перегружен информацией)	Размер шрифта средний (соответственно, объем информации большой – кадр перегружен информацией)	Размер шрифта оптимальный	Размер шрифта оптимальный

2. Содержание презентации.

Плохо	Удовлетворительно	Хорошо	Отлично
Содержание не является научным; специфика профессии отсутствует	Содержание включает в себя элементы научности; специфика профессии частично присутствует	Содержание в целом является научным; специфика профессии присутствует	Содержание является строго научным; специфика профессии раскрыта полностью
Иллюстрации (графические, музыкальные, видео) не соответствуют тексту	Иллюстрации (графические, музыкальные, видео) в определенных случаях соответствуют тексту	Иллюстрации (графические, музыкальные, видео) соответствуют тексту	Иллюстрации (графические, музыкальные, видео) усиливают эффект восприятия текстовой части информации
Много орфографических, пунктуационных, стилистических ошибок	Есть орфографических, пунктуационных, стилистических ошибок	Орфографические, пунктуационные, стилистические ошибки практически отсутствуют	Орфографические, пунктуационные, стилистические ошибки отсутствуют
Информация не представляется актуальной и современной	Информация является актуальной и современной	Информация является актуальной и современной	Информация является актуальной и современной

3. Методическое сопровождение.

Плохо	Удовлетворительно	Хорошо	Отлично
Содержание разработанного материала не соответствуют теме реферата	Содержание разработанного материала в основном соответствуют теме реферата	Содержание разработанного материала соответствуют теме реферата	Содержание разработанного материала полностью соответствуют теме реферата
Материалы дублируют первоисточники	Материалы носят репродуктивный характер	Материалы носят продуктивный характер	Материалы носят творческий характер
Список литературы отсутствует	Список литературы присутствует, но оформлен не верно	Список литературы присутствует, оформлен правильно, но не полный	Список литературы полный и оформлен правильно,

ЛИТЕРАТУРА

1. Гавра Д.П. Основы теории коммуникации: Учебное пособие. Стандарт третьего поколения. – СПб: Питер, 2011. – 288 с.
2. Круглов П.П., Куприянова А.В. Правильно оформляем и пишем реферат/ курсовую/диплом на компьютере. – СПб: Наука и Техника, 2008. – 160 с.
3. Основы менеджмента: Учеб. для вузов / Д.Д. Вачуганов, Т. Е. Березкина, Н.А. Кислякова и др.; Под ред. Д.Д. Вачуганова. – М.: Высш. школа, 2002. – 367 с.
4. Почепцов Г.Г. Теория коммуникации [Электронный документ] <http://www.niv.ru/doc/communications/pocheptsov/index.htm> (дата обращения: 10.11. 2011).
5. Правила оформления компьютерных презентаций: сайт Шестакова А.П. 2008 [Электронный документ].URL: http://comp-science.narod.ru/pr_prez.htm (дата обращения: 21.09.2009).
6. Соколов А. В. Общая теория социальной коммуникации: Учебное пособие. – СПб: Изд-во Михайлова В. А., 2002. – 461 с.
7. Управление общественными отношениями: Учебник. Изд. 2-е, перераб. и доп. / Под общей ред. В.С. Комаровского. – М.: Изд.- во РАГС, 2009. – 352 с.