

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ
ЛУГАНСКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ**

**ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
ЛУГАНСКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ
«ЛУГАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(ГОУ ВО ЛНР «ЛГПУ»)**

А.В. Зайцева

Теория коммуникации

Учебно-методическое пособие
для студентов очной и заочной форм обучения
по направлению подготовки 45.03.01 «Филология»
для профилей «Отечественная филология»,
«Зарубежная филология»


КНИГА
Луганск
2021

УДК 81'27(076)
ББК 81001.1р3
317

Рецензенты:

- Нередкова С.С.** – заведующий кафедрой русского языка и культуры речи Государственного образовательного учреждения высшего образования Луганской Народной Республики «Луганский государственный университет имени Владимира Даля», кандидат филологических наук, доцент;
- Соболева И.А.** – и. о. заведующего кафедрой русского языкознания и коммуникативных технологий Государственного образовательного учреждения высшего образования Луганской Народной Республики «Луганский государственный педагогический университет», кандидат филологических наук, доцент;
- Дроздова А.В.** – и. о. заведующего кафедрой журналистики и издательского дела Государственного образовательного учреждения высшего образования Луганской Народной Республики «Луганский государственный педагогический университет», кандидат наук по социальным коммуникациям.

Зайцева А.В.

317 **Теория коммуникации** : учебно-методическое пособие / А.В. Зайцева ; ГОУ ВО ЛНР «ЛГПУ». – Луганск : Книта, 2021. – 114 с.

Учебно-методическое пособие разработано в соответствии с учебным планом по дисциплине «Теория коммуникации» и ориентировано на оказание помощи студенту в изучении теоретического материала курса, при подготовке к семинарским занятиям, в овладении процессом коммуникации, практическими навыками и умениями, необходимыми для будущего специалиста.

Учебное издание предназначено для студентов-филологов очной и заочной форм обучения, изучающих учебную дисциплину «Теория коммуникации», а также всех, кто желает углубить свои знания в сфере коммуникологии.

УДК 81'27(076)
ББК 81001.1р3

Рекомендовано Учебно-методическим советом Луганского государственного педагогического университета в качестве учебно-методического пособия для студентов очной и заочной форм обучения по направлению подготовки 45.03.01 «Филология» для профилей «Отечественная филология», «Зарубежная филология» (протокол № 7 от 18.03.2021)

© Зайцева А.В., 2021
© ГОУ ВО ЛНР «ЛГПУ», 2021

ОГЛАВЛЕНИЕ

Предисловие.....	4
Раздел 1. Программа учебной дисциплины «Теория коммуникации».....	6
Раздел 2. Опорный конспект лекций.....	18
Раздел 3. Планы практических занятий.....	49
Раздел 4. Темы для подготовки мультимедийных презентаций.....	60
Раздел 5. Задания для самостоятельной работы.....	61
Раздел 6. Тесты по дисциплине «Теория коммуникации».....	78
Раздел 7. Вопросы к зачету по дисциплине «Теория коммуникации».....	86
Глоссарий.....	89
Список рекомендованной литературы.....	111

ПРЕДИСЛОВИЕ

Способность языка как естественной знаковой системы передавать информацию следует из ее важнейшей социальной функции – коммуникативной, благодаря которой происходит процесс общения между индивидами и становится возможным процесс эволюции человечества. Впрочем речь передает не знания, а саму информацию, и от каждого человека зависит, сможет ли он трансформировать эту информацию в знания. Информация – это основа знаний, информативность – насыщенность сообщений новой, ценной для реципиента информацией. Оба эти понятия являются важными при изучении коммуникативной функции языка/речи.

Процессы глобализации и информатизации как ведущие в XXI в. стимулируют разнопараметральные и фундаментальные исследования такого многомерного феномена, каким является коммуникация – процесс активного и ускоренного обмена информацией. Именно на коммуникацию каждый человек тратит около 70% своего времени. Коммуникация обеспечивает существование социальной памяти, хранение и трансляцию информации как между поколениями, так и в пределах одного из них. Современная коммуникация призвана решать те задачи, которые ставит перед человеком общество, а в теоретическом и практическом аспектах приобретает особое значение как коммуникация с массами, с большими социальными группами.

Одной из характерных черт нового времени является рост коммуникативных потребностей членов социума, в связи с чем на рынке труда наблюдается быстрое увеличение количества специальностей, которые предусматривают современную и качественную коммуникативную подготовку.

Этим обусловлено введение в учебные планы высших учебных заведений дисциплин, непосредственно направленных на формирование теоретических основ коммуникации.

Предлагаемый учебно-методический комплекс поможет студентам очной и заочной форм обучения по направлению подготовки 45.03.01 «Филология» для профилей «Отечественная филология», «Зарубежная филология» Государственного образовательного учреждения высшего образования Луганской Народной Республики «Луганский государственный педагогический университет» в овладении понятийно-терминологическим аппаратом теории коммуникации. Выполнение тестовых, репродуктивных и креативных задач в условиях аудиторной и внеаудиторной работы, тщательная проработка дефиниций базовых категорий теории коммуникации, реферирование тематической литературы, участие в профессионально направленных ролевых играх позволят студентам качественно и всесторонне подготовиться к итоговому контролю.

РАЗДЕЛ 1. РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ «ТЕОРИЯ КОММУНИКАЦИИ»

1.1. Цели и задачи учебной дисциплины

Цель изучения дисциплины – выработать у обучающихся целостное представление о коммуникации как области теоретических исследований; развить базовые лингвистические понятия, дополнив их терминологией теории коммуникации; сформировать навыки ведения устной и письменной коммуникации на основе системного знания теории коммуникации.

Задачи:

1) систематизированное изложение основ теории коммуникации в широком научном контексте, включающем методологические, философские, социопсихологические, семиотические, лингвистические аспекты;

2) освоение студентами базового научного аппарата современной коммуникативистики, методов исследования коммуникации;

3) знакомство с основными уровнями социальной коммуникации, спецификой коммуникаций в различных сферах социальной жизни;

4) акцентирование прагматических аспектов вербальной (устной и письменной) и невербальной коммуникации;

5) выработка у студентов умений и навыков эффективного взаимодействия, определяющих высокий уровень коммуникативной компетентности в сферах профессионально-ориентированной и бытовой коммуникации.

1.2. Место дисциплины в структуре ООП ВО

Учебная дисциплина «Теория коммуникации» относится к базовой части учебного плана по направлению подготовки 45.03.01 «Филология» для профилей «Отечественная филология», «Зарубежная филология».

Необходимыми условиями для освоения дисциплины являются:

- 1) **знание** основных положений изученных филологических дисциплин;
- 2) **умение** освоить научный аппарат современной коммуникативистики, методов исследования коммуникации;
- 3) **навыки** эффективного практического применения теоретических знаний.

Содержание дисциплины «Теория коммуникации» является вводным, подготавливающим материал и теоретическую базу для освоения других курсов, связанных с изучением коммуникативных процессов. Он способен формировать базу компетенций, необходимых для выполнения работ в рамках учебной и научно-исследовательской практик, написания квалификационных работ.

1.3. Требования к результатам освоения содержания дисциплины

Студенты, завершившие изучение дисциплины «Теория коммуникации» должны:

- 1) **знать:** базовые методы и приемы анализа коммуникативных ситуаций, приемы ведения речевой коммуникации в устной и письменной формах на русском языке и других языках;

2) уметь: репрезентировать сведения об истории, современном состоянии и перспективах развития теории коммуникации, в том числе в сфере лингвистики;

3) владеть: важнейшими положениями и концепциями в области теории коммуникации, а также понятиями, терминами и категориями коммуникативной лингвистики; принципами коммуникативного подхода к изучению языка.

Перечисленные результаты обучения являются основой для формирования компетенций:

1) общекультурной: способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия (ОК-5);

2) общепрофессиональных:

а) способностью демонстрировать знание основных положений и концепций в области общего языкознания, теории и истории изучаемого языка (языков), теории коммуникации (ОПК-2);

б) свободным владением основным изучаемым языком в его литературной форме, базовыми методами и приемами различных типов устной и письменной коммуникации на данном языке (ОПК-5);

3) профессиональных:

а) способностью применять полученные знания в области теории и истории основного изучаемого языка (языков) и литературы (литератур), теории коммуникации, филологического анализа и интерпретации текста в собственной научно-исследовательской деятельности (ПК-1);

б) владением навыками участия в научных дискуссиях, выступления с сообщениями и докладами, устного, письменного и виртуального (размещение в информационных сетях) представления материалов собственных исследований (ПК-4).

1.4. Структура и содержание дисциплины

1.4.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем часов (зач. ед.)	
	Очная форма	Заочная форма
Общая учебная нагрузка (всего)	72 (2 з.е)	72 (2 з.е)
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего) в том числе:	28	8
Лекции	12	2
Семинарские занятия	–	–
Практические занятия	16	6
Лабораторные работы	–	–
Контрольные работы (модули)	4	4
КСР	–	–
Курсовая работа/курсовой проект	–	–
Другие формы организации учебного процесса	–	–
Самостоятельная работа студента (всего)	40	60
Форма аттестации	зачет	зачет

1.4.2. Содержание разделов дисциплины

Тема 1. Предмет и задачи дисциплины. Суть общения

1. Предмет и задачи дисциплины «Теория коммуникации». Связь курса с другими дисциплинами.

2. Коммуникация как объект исследования. Функции общения.

3. Различия в общении людей и животных.

4. Модели общения.

5. Законы общения.

Тема 2. Основные понятия теории коммуникации

1. Основные понятия теории коммуникации: речевой акт, коммуникативный акт, речевой жанр, коммуникативная цель, коммуникативная интенция (намерение), коммуникативная стратегия и тактика.

2. Понятие о перформативных и неперформативных высказываниях. Суть перформатива в учении Дж. Остина.

3. Речевые акты и коммуникативные акты как единицы коммуникации. Компоненты и структура коммуникативных актов.

4. Классификация речевых актов.

5. Коммуникативные каналы, их разновидности.
Коммуникативный шум.

Тема 3. Высказывание в структуре коммуникативного акта

1. Понятие об информационных и фатических актах.

2. Значение и смысл. Составляющие смысла высказывания:

а) референт и референция;

б) пресуппозиция;

в) импликатура.

3. Интенция и референция. Выбор и презентация референта в коммуникативном акте.

Тема 4. Код в структуре коммуникативного акта

1. Язык и код. Вербальные и невербальные средства передачи информации.

2. Средства стереотипизации речевого опыта. Стереотипы и прагматические клише.

3. Прямые и косвенные речевые акты.

Тема 5. Коммуникативная личность

1. Понятие о языковой и коммуникативной личности, их характеристики и параметры. Коммуникативная компетенция как умение говорящего строить эффективное речевое поведение.

2. Социальные и коммуникативные роли собеседников, их коммуникативные позиции.

3. Адресант и адресат в структуре коммуникативного акта, их роли.

4. Коммуникативные стратегии и тактики. Типология коммуникативных стратегий.

5. Понятие о коммуникативных неудачах, пути их устранения.

Тема 6. Категория контакта

1. Суть категории контакта, ее составляющие. Условия успешного общения.

2. Принцип кооперации, его максимы:

а) максима количества;

б) максима релевантности;

в) максима качества (истинности);

г) максима манеры (способа).

3. Понятие вежливости. Принцип вежливости П. Грайса, его максимы.

4. Конфликты максим вежливости.

1.4.3. Лекции

№ п/п	Название темы	Объем часов	
		Очная форма	Заочная форма
1.	Предмет и задачи курса. Суть общения	2	2
2.	Основные понятия теории	2	

	коммуникации		
3.	Высказывание в структуре коммуникативного акта	2	
4.	Код в структуре коммуникативного акта	2	
5.	Коммуникативная личность	2	
6.	Категория контакта	2	
Итого:		12	2

1.4.4. Практические занятия

№ п/п	Название темы	Объем часов	
		Очная форма	Заочная форма
1.	Теория коммуникации как наука и учебная дисциплина. Истоки и основные этапы развития теории коммуникации	2	2
2.	Коммуникационный процесс. Модели коммуникации	2	
3.	Вербальная коммуникация	2	
4.	Невербальная коммуникация	2	
5.	Порождение и восприятие речи как основа процесса коммуникации	2	2
6.	Коммуникативные дискурсы	2	2
7.	Межличностная коммуникация. Коммуникация в малых группах	2	
8.	Массовая коммуникация. Массовая и публичная коммуникация	2	
Итого:		16	6

1.4.5. Лабораторные работы не предусмотрены

1.4.6. Самостоятельная работа студентов

№ п/п	Название темы	Вид СРС	Объем часов	
			Очная форма	Заочная форма
1.	ТК как научная и учебная дисциплина	Конспектирование учебной и научной литературы, её анализ	10	12
2.	Истоки и основные этапы развития теории коммуникации	Конспектирование учебной и научной литературы, её анализ	8	10
3.	Уровни коммуникации: межличностная, групповая, массовая	Выполнение заданий для самостоятельной работы	8	10
4.	Виды профессионально-ориентированной коммуникации	Выполнение заданий для самостоятельной работы	8	10
5.	Функции и средства коммуникаций	Подготовка рефератов/ мультимедийных презентаций/ выполнение креативных/ ролевых заданий	6	18
Итого:			40	60

1.4.7. Курсовые работы не предусмотрены

1.5. Образовательные технологии

Преподавание дисциплины ведется с применением следующих видов образовательных технологий:

Информационные технологии: использование электронных образовательных ресурсов при подготовке к лекциям, практическим занятиям, мультимедийные лекции (по некоторым темам).

Работа в команде: совместная работа студентов в группе на практических занятиях.

1.6. Формы контроля освоения учебной дисциплины.

Текущая аттестация студентов производится в дискретные временные интервалы преподавателем, ведущим занятия по дисциплине, в устной форме.

Критерии оценки учитывают результаты:

- работы на практических занятиях;
- выполнения самостоятельных творческих/креативных заданий;
- подготовку презентаций, рефератов, выступления с сообщениями;
- тестирования.

Это позволяет создать объективную картину освоения студентами дисциплины и учитывается на зачете.

Итоговый контроль по результатам освоения дисциплины проходит в форме зачета.

Система накопления баллов по видам работ отражается в таблице.

Система оценивания учебных достижений студентов

Вид текущей учебной работы	Количество баллов
Выполнение практической работы	60
Самостоятельная работа	10
Контрольная работа (тест)	10
Зачет	20
Итого за семестр:	100

Накопительная система оценивания по 100-балльной шкале

Четырехбалльная система оценивания экзамена	100-балльная шкала	Буквенная шкала, соответствующая 100-балльной шкале	Система оценивания зачета
Отлично	90–100	А – отлично – теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов; необходимые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы; все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, качество их выполнения оценено числом баллов, близким к максимальному	Зачтено
Хорошо	83–89	В – очень хорошо – теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов; необходимые практические навыки работы с освоенным материалом в основном сформированы; все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, качество выполнения большинства из них оценено числом баллов, близким к максимальному	
Хорошо	75–82	С – хорошо – теоретическое содержание курса освоено полностью; некоторые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы недостаточно; все предусмотренные	

		программой обучения учебные задания выполнены, качество выполнения ни одного из них не оценено минимальным числом баллов, некоторые виды заданий выполнены с ошибками	
Удовлетворительно	63–74	D – удовлетворительно – теоретическое содержание дисциплины освоено частично, но пробелы не носят существенного характера; необходимые практические навыки работы с освоенным материалом в основном сформированы; большинство предусмотренных программой обучения учебных заданий выполнено, некоторые из выполненных заданий, содержат ошибки	
Удовлетворительно	50–62	E – посредственно – теоретическое содержание курса освоено частично; некоторые практические навыки работы не сформированы, многие предусмотренные программой обучения учебные задания не выполнены либо качество выполнения некоторых из них оценено числом баллов, близким к минимальному	
Неудовлетворительно	21–49	FX – неудовлетворительно – теоретическое содержание курса освоено частично; необходимые практические навыки работы не сформированы; большинство предусмотренных	Не зачтено

		программой обучения учебных заданий не выполнено либо качество их выполнения оценено числом баллов, близким к минимальному; при дополнительной самостоятельной работе над материалом курса возможно повышение качества выполнения учебных заданий	
Неудовлетворительно	0–20	F – неудовлетворительно – теоретическое содержание курса не освоено; необходимые практические навыки работы не сформированы; все выполненные учебные задания содержат грубые ошибки, дополнительная самостоятельная работа над материалом курса не приведет к какому-либо значимому повышению качества выполнения учебных заданий	

1.7. Материально-техническое обеспечение

Лекционные занятия: электронные презентации по некоторым темам, аудитория, оснащенная презентационной техникой (проектор, экран, компьютер/ноутбук).

Практические занятия: компьютерный класс, презентационная техника (проектор, экран, компьютер/ноутбук).

РАЗДЕЛ 2. ОПОРНЫЕ КОНСПЕКТЫ ЛЕКЦИЙ

Лекция 1. Предмет и задачи дисциплины. Суть общения

1. Предмет изучения дисциплины «Теория коммуникации» – конкретные акты общения в рамках теории коммуникации, которая сформировалась в науке на основе психологической теории деятельности, лингвистической прагматики, социолингвистики и лингвистики текста. Речевое общение рассматривается как многоуровневое явление – в социальном, коммуникативном, психологическом и лингвистическом аспектах.

Главная цель дисциплины – выработать у обучающихся целостное представление о коммуникации как области теоретических исследований; развить базовые лингвистические понятия, дополнив их терминологией по теории коммуникации; сформировать навыки ведения устной и письменной коммуникации на основе системного знания теории коммуникации.

Учебная дисциплина связана с такими гуманитарными дисциплинами: с философией (а именно теорией познания, аналитической и коммуникативной философией), с логикой, с семиотикой (наукой о знаковых системах), социологией, психологией и педагогикой.

Как составляющая лингвистики, теория коммуникации взаимодействует со всеми разделами традиционного языкознания, со смежными дисциплинами, в частности с риторикой.

2. Дисциплина «Теория коммуникации» (далее – ТК) относится к числу новейших дисциплин, внедрение которых обусловлено: 1) продвижением инновационных лингвистических исследований, 2) неотложными прикладными задачами – новыми (коммуникативными)

подходами к преподаванию и изучению родного и иностранных языков.

Объект исследования ТК – человеческое (прежде всего вербальное) общение, которое является условием существования как каждого отдельного человека, так вообще и человеческого общества. Из всего обилия дефиниций общения можно выделить основные: 1) общение – вид самостоятельной человеческой деятельности; 2) общение – атрибут других видов человеческой деятельности; 3) общение – взаимодействие субъектов.

Вместе со словом «общение» употребляется и термин «коммуникация» (англ. communication от лат. communicare – «находиться в связи, принимать участие, объединяться»). Термину «коммуникация» отдают предпочтение из-за: а) его распространенности в производственной и технической сфере; б) возможности образовывать производные (коммуникативный и т.д.).

Коммуникация может быть вербальной или невербальной. Вербальная коммуникация – это наше привычное использование языка в целях общения, невербальная коммуникация осуществляется без использования языковых средств.

Вербальная (речевая) коммуникация имеет более системный, более структурированный характер. Невербальная коммуникация является не такой четкой, но и она несет в себе достаточно информации.

Функции общения:

1) контактная (установление атмосферы обоюдной готовности передавать и воспринимать сообщения и поддерживать взаимосвязь до завершения акта общения);

2) социальная (формирование определенного уровня культурной речевой компетенции, что позволяет существовать в обществе);

3) информационная (обмен информацией, вопросами и ответами);

4) побудительная (побуждение партнера, аудитории или самого себя к выполнению определенных физических, физиологических, интеллектуальных, духовных и других действий);

5) координационная (взаимное ориентирование и согласование действий участников общения по их совместной деятельности);

6) познавательная (адекватное восприятие и понимание смысла сообщения, а также взаимное понимание намерений, установок, переживаний, состояний друг друга);

7) эмотивная («обмен» эмоциями, возбуждение у партнера или аудитории определенных переживаний, психических состояний);

8) прагматическая (осознание и фиксирование своего места в системе ролевых, статусных, деловых, межличностных отношений);

9) влиятельная (направление на изменение состояния, поведения, ценностно-мотивационной сферы партнера: намерений, взглядов, мнений, решений, представлений, потребностей, уровня активности, вкусов, норм поведения, оценочных критериев).

3. Коммуникация происходит в человеческих и животных системах. Системы коммуникации в животном мире более первобытные и примитивные, чем в человеческом, и определяются как биологически целесообразная совместная деятельность, направленная на адаптацию к среде, и регулируемая, в частности, сигналами.

Основные различия между общением людей и животных:

1. Общение животных биологически релевантное, то есть значимое в биологическом отношении (это не только

передача сообщения, но и звено биологического цикла), а общение людей – биологически нерелевантное. Биологическая нерелевантность человеческого общения проявляется в том, что форма языковых знаков немотивированна относительно их значения.

2. Коммуникация способствует развитию человека как социального существа. В процессе общения человек вырабатывает коммуникативную компетенцию, которая соотносится с уровнем социализации индивида, с уровнем проявления человеком интеллекта и других человеческих качеств.

3. Человеческое общение, в отличие от животного, связано с познавательными процессами. Коммуникативные процессы у животных не участвуют в отображении окружающей среды, ориентирование происходит помощью органов чувств, в то время как общение у людей связано с познанием: преимущественно на основе языка функционирует память, исключительно большую роль в мышлении играет речь.

4. Вербальное (речевое) общение людей характеризуется исключительным богатством содержания. Коммуникации животных доступна только экспрессивная информация о внутреннем, физиологическом состоянии отправителя информации.

5. Язык людей имеет уровневое строение и состоит из единиц разных уровней. В отличие от человеческой речи, в биологических коммуникациях семиотика не имеет единиц различных уровней, то есть сложных и простых.

4. На сегодняшний день разработано много моделей коммуникации. Модель коммуникации воспроизводит составляющие элементы и функциональные характеристики в виде системы. Содержание модели зависит от концепции ученого, который ее разрабатывает, от потребностей той

сферы науки, в которой она появилась и тому подобное. Существуют линейные и нелинейные модели.

К линейным моделям можно отнести модели Г. Ласвелла, К. Шеннона.

1. Гарольд Ласвелл подал модель коммуникации в виде ряда вопросов: Кто? → Что говорит? → Каким каналом? → Кому? → С каким результатом? Эта формула считается классической.

2. Клод Шеннон, один из создателей кибернетики, в работе «Математическая теория связи» (1948) подал модель коммуникации, которая содержит пять элементов: источник информации, передатчик, канал передачи, приемник и конечную цель. Кроме этих элементов, Шеннон ввел еще понятие коммуникативного шума.

3. Модель Р. Якобсона: в речевой коммуникации участвуют адресант и адресат, от первого ко второму направляется сообщение, написанное с помощью кода, контекст связан с содержанием сообщения и информацией, которая передается (референтом), понятие контакта связано с регулятивным аспектом коммуникации.

Референт (лат. *referre* – сообщать, докладывать, называть, соотносить) – это информация, предмет внеязыковой действительности, о котором говорится в сообщении.

Адресант – это отправитель сообщения (говорящий, автор).

Адресат – получатель сообщения (слушатель, читатель).

Сообщение понимается как процесс и результат порождения речи, то есть текст (дискурс).

Контакт – это взаимодействие, в результате которого становится возможным общение, обмен информацией.

Код – это знаковая система (знаковые системы), с помощью которых осуществляется коммуникация.

5. Законы общения описал ученый И.А. Стернин.

Закон зеркального развития общения: один собеседник в процессе коммуникации имитирует стиль общения другого.

Закон зависимости результата общения от объема коммуникативных усилий: чем больше коммуникативных усилий затрачено, тем выше эффективность общения.

Закон прогрессирующего нетерпения слушателей: чем дольше говорит оратор, тем большую невнимательность и нетерпение проявляют слушатели.

Закон падения интеллекта аудитории с увеличением ее размера: чем больше людей вас слушают, тем ниже средний интеллект аудитории. Иногда это явление называют эффектом толпы: когда слушателей много, они начинают хуже «рассуждать», хотя личный интеллект каждого отдельного человека при этом, конечно, сохраняется.

Закон первичного отторжения новой идеи: новая, непривычная идея, сообщенная собеседнику, в первый момент им отвергается.

Закон ритма общения: соотношение говорения и молчания в речи каждого человека – величина постоянная. Это значит, что каждому человеку необходимо в течение дня определенное время говорить и некоторое время молчать.

Закон языкового самовнушения: словесное выражение идеи или эмоции формирует эту идею или эмоцию у говорящего.

Закон отторжения публичной критики: человек отвергает публичную критику в свой адрес.

Закон доверия к простым словам: чем проще мысли и слова говорящего, тем лучше его понимают и больше доверяют. Простота содержания и формы в общении – залог коммуникативного успеха.

Закон притяжения критики: чем больше человек выделяется из окружения (толпы), тем больше о нем злословят и критикуют его действия. Человек, который выделяется, всегда становится объектом повышенного внимания и «притягивает» к себе критику.

Закон коммуникативных замечаний: если собеседник в общении нарушает некоторые коммуникативные нормы, другой собеседник испытывает желание сделать ему замечание, поправить его, заставить изменить коммуникативное поведение.

Закон ускоренного распространения негативной информации: отрицательная, способная вызвать изменения в статусе людей информация, распространяется быстрее, чем информация положительного характера. Это связано с повышенным вниманием людей к негативным фактам в силу того, что положительное быстро воспринимается людьми как норма и перестает обсуждаться.

Закон искажения информации при ее передаче («закон испорченного телефона»): любая передаваемая информация, искажается прямо пропорционально количеству лиц, которые ее передают. Это означает: чем больше людей передает ту или иную информацию, тем больше вероятность искажения информации.

Закон отклонения публичной критики: когда публично критикуют кого-либо по тому или иному поводу в присутствии другого человека, который имеет аналогичные недостатки, этот человек критику от себя практически всегда отстраняет, считая, что «у него – совсем другое».

Закон детального обсуждения мелочей: люди склонны сосредотачиваться на обсуждении незначительных вопросов и готовы уделять этому больше времени, чем обсуждению важных проблем.

Закон усиления эмоций: эмоциональные возгласы человека усиливают эмоцию, переживаемую им.

Закон поглощения эмоции: вербальное описание эмоции, которая переживается, поглощается в процессе речи и исчезает. Вот почему советуют рассказывать о неприятных переживаниях, эмоциях – таким образом человек быстрее их избавляется.

Закон эмоционального нивелирования логики: в условиях эмоционального возбуждения человек плохо говорит и плохо понимает, что ему говорят.

Лекция 2. Основные понятия теории коммуникации

1. В ТК используются термины «коммуникативный акт» (КА) и «речевой акт» (РА), причем их значения почти совпадают.

Речевой акт – это высказывание (речевое действие) или совокупность высказываний (речевых действий), осуществляемых одним говорящим с учетом другого.

Коммуникативный акт – это совокупность речевых актов, осуществляемых между коммуникантами.

Речевой жанр – тематически, композиционно и стилистически устоявшийся тип сообщения – носитель речевых актов, объединенных целью общения, замыслом говорящего с учетом личности адресата, контекста и ситуации общения. Согласно теории речевых жанров, в истоках которой был известный российский ученый М.М. Бахтин, человеческая речь в типичных ситуациях воплощается в определенные готовые формы речевых жанров. Они характеризуются триединством: 1) тематическим содержанием, 2) стилем, 3) композицией высказывания.

Коммуникативное намерение (интенция) – это желание вступить в общение с другим человеком. Замысел сообщения – это информация в исходном виде, которую автор хочет передать адресату, проект, идея будущего сообщения.

Коммуникативная цель – это стратегический результат, на достижение которого направлено коммуникативный акт. Цели в коммуникации бывают разными:

- а) информационная – донести до собеседника свою информацию и получить подтверждение, что ее получили;
- б) предметная – что-нибудь получить, узнать, изменить в поведении собеседника;
- в) коммуникативная – сформировать соответствующие отношения с собеседником.

2. По мнению Джона Остина, существует два типа высказываний: перформативы и констативы.

Перформативы (от англ. performance – действие, поступок, исполнение) – это языковые составляющие реальных ситуаций, глаголы, употребление которых в соответствующей форме (чаще всего в форме первого лица единственного числа, реже множественного числа настоящего времени) и является одновременным выполнением действия.

Констативы описывают реальность, «не вмешиваясь» в нее.

3. Речевой акт как сложное действие имеет свою структуру. Дж. Остин представил речевой акт единством трех составляющих:

- 1) построить грамматически правильное высказывание, вложить в него определенный смысл, референцию, то есть ссылки на реальность, о которой пойдет речь (локуция и локутивный акт);

2) придать выражению желаемой коммуникативной направленности на определенную реакцию и последствия (иллокуция и иллокутивный акт);

3) обеспечить создание новой ситуации через влияние на сознание или поведение адресата (перлокуция и перлокутивный акт).

Перлокутивный эффект – это то влияние, которое высказывание осуществляет на адресата, при этом имеется в виду не сам факт понимания адресатом смысла высказывания, а те изменения, которые являются результатом этого.

4. На данный момент существует около 200 классификаций речевых и коммуникативных актов. Наиболее универсальной считается классификация Джона Сёрла, который классифицирует речевые акты на основе следующих критериев:

1) цель (назначение) речевого акта;

2) направленность акта (утверждения направлены от реальности к словам, а обещания и требования – от слов к реальности);

3) выражение психологического отношения говорящего;

4) сила стремления к достижению цели;

5) разница в статусах говорящего и адресата и др.

На основе этих критериев ученый выделяет 5 основных групп.

1. Репрезентативы – это информационные речевые акты, в ходе которых собеседнику предоставляется информация о тех или иных событиях, предметах или явлениях. Они свидетельствуют о намерениях говорящего передать слушателю определенную совокупность сведений или взять на себя ответственность за их истинность.

2. Директивы – это «императивные» речевые акты, они имеют императивную иллокутивную направленность.

Специфика директивов заключается в том, что они обязывают собеседника принять во внимание желания или потребности говорящего.

3. Комиссивы – речевые акты взятия обязательств. Они накладывают на адресанта (говорящего) обязательства выполнить определенные действия в будущем или придерживаться определенной линии поведения.

4. Экспрессивы – речевые акты, выражающие отношение говорящего к реальным делам, характеризующие степень его откровенности. Это акты поздравления, извинения, соболезнования и др.

5. Декларативы – речевые акты, функция которых заключается в словесном оформлении различных типов социальных действий (например, венчание). Особенность декларативов заключается в том, что их может осуществить человек, наделенный определенными обязанностями.

Лекция 3. Высказывание в структуре коммуникативного акта

1. В процессе коммуникации могут использоваться информационные и фатические акты.

Фатический акт (ФА) (от англ. phatic communion – несущественные в информационном плане разговоры) – это акт, назначение которого состоит в установлении или поддержании коммуникативного контакта. Формально ФА воспринимаются как информационные, основанные на взаимно приятной или нейтральной тематике, ни к чему не обязывают собеседников, основной их целью является «социальное одобрение». ФА характерны для ритуального общения. *Информационный акт* – это коммуникативный акт, назначение которого состоит в существенном информационном обмене.

2. В процессе коммуникации от адресанта к адресату передается сообщение. Сообщение имеет значение и смысл. Значение – это связанный с конкретной языковой единицей в сознании носителя языка обобщенный образ определенного предмета или ситуации, факта, события. Значение связано с языком, а смысл – с речью.

Смысл – «способ представления денотата в знаке» (определение Готлоба Фреге). Это означает, в частности, что знак может иметь несколько смыслов при одном денотате (предмете, который этим знаком обозначается). Смысл имеет не только слово, но и предложение (сообщение). Смысл сообщения может передаваться эксплицитно и имплицитно.

Эксплицитный (лат. *explicito* – явный, выраженный) – явный, выраженный смысл, который воспринимается коммуникантами, исходя из значения языковых единиц. Эксплицитная информация осознается адресатом как мысль, ради выражения которой и было использовано это высказывание.

Имплицитный (лат. *implicito* – неявный) – неявный, скрытый смысл, который выводится адресатом из значений языковых единиц под влиянием конкретной ситуации или контекста общения.

Смысл сообщения конституируют референт, пресуппозиции и импликатуры.

Референт – это объект (или объекты) внеязыковой действительности, с которым в сообщении соотносится конкретное языковое выражение, предложение. Соответственно, референция – это процесс или результат соотнесенности слова (языка) и предмета (предметного мира). С прагматической точки зрения различают, по крайней мере, три вида референции:

1) интродуктивная, когда речь идет о предмете, который известен лишь адресанту (есть у меня одна идея);

2) идентификативная, когда речь идет о предмете, который известен всем участникам коммуникации (но эта идея никого не заинтересует). Идентификативная референция, которой в самых известных концепциях уделено значительное внимание, охватывает три вида отношений: указательное, именованное, обозначения;

3) неопределенная (референция неопределенности), когда речь идет о неизвестном предмете (говорят, он имеет какую-то идею).

Один и тот же тип прагматической референции может быть выражен различными средствами:

1) указательными или личными местоимениями;

2) собственными названиями, которые выполняют номинативную функцию;

3) именными (субстантивными) конструкциями, которые выполняют денотативную функцию;

4) актуализаторами, которые сужают сферу действия референции с целого класса до конкретного предмета.

Пресуппозиция (лат. *prae* – впереди, перед и *suppositio* – предположение) – это предположение или расчет на то, что часть предлагаемой информации очевидна и/или хорошо известна адресату. Пресуппозиция противостоит коммуникативно релевантному содержанию высказывания и входит в семантику предложения как «фонд совместных знаний» собеседников, как предварительное условие. Иногда пресуппозицию определяют как наличие у коммуникантов предварительных знаний. С пресуппозицией связано родственное явление – импликатура.

Импликатура (лат. *implicatio* – сплетение, переплетение) – это компонент содержания высказывания, который выводится адресатом из контекста речевого акта. Импликатура, по сути, – это то, что «читается между строк». Отличие импликатуры от пресуппозиции заключается в том,

что импликатура является менее стабильным семантическим компонентом высказывания, чем пресуппозиция, поскольку больше зависит от контекста; во-вторых, импликатура, в отличие от пресуппозиции, необязательна.

3. Любой коммуникативный акт начинается с определенной целью, а каждый из собеседников, вступая в коммуникативный акт, имеет определенные намерения, или интенции. Поэтому в процессе коммуникации референт не выступает, скажем так, в чистом виде, потому что его «сопровождают» интенции коммуникантов – представления, мысли, надежды, желания собеседников, связанные с этим референтом. Успешность общения будет зависеть от того, насколько участники коммуникации смогут понять или хотя бы осознать, сколько «довеска» соединилось с референтом и как это повлияло на референт.

Интенция – это коммуникативное намерение говорящего. Под выбором и презентацией референта в прагматике понимают заинтересованность обоих коммуникантов в общении в связи именно с данным референтом.

Интенционный аспект анализа коммуникативного акта – это изучение его с точки зрения того, каким образом и в каком направлении подано референт в ситуации речевого взаимодействия.

Выделяется 3 таких направления:

Положительная речевая интенция заключается в представлении референта с положительной стороны и реализуется в организации: актов пропаганды, агитации, рекламы; процедурах привлечения, поощрения и тому подобное.

Отрицательная интенция представляет референта с отрицательной стороны и реализуется в создании актов осуждения, критики, в процедурах отказа, выговора и т.п.

Нейтральная (или конструктивная) интенция представляет референта объективно. Конструктивная интенция воплощается в актах констатации, демонстрации признаков, процедурах обсуждения, анализа и тому подобное.

Таким образом, референт в коммуникативном акте не выступает, скажем так, «в чистом виде», на него накладываются определенные «довески» – представления, мысли, надежды, желания коммуникантов, непосредственно связанные с этим референтом.

Лекция 4. Код в структуре коммуникативного акта

1. Поскольку коммуникация людей (вербальная и невербальная) носит знаковый характер, то в процессе общения люди пользуются различными знаковыми системами (кодами).

Коммуникативный код (франц. *cod* – условные обозначения) – это знаковая система (или системы), используемые в процессе передачи или получения информации.

В условиях реальной коммуникации понимание языка совсем не обеспечивается знанием и владением языком, а требует знаний о том, в каких случаях то или другое высказывание будет означать разные коммуникативные действия. Код и язык соотносятся как родовое и видовое понятие, где код – родовое, а язык – видовое.

В языковой коммуникации используются вербальные (собственно языковые) и невербальные средства.

Язык (как средство кодирования) – это система законов и правил, с помощью которых происходит кодирование и декодирование информации; это упорядоченная система знаков и правил пользования ими. Язык (или любая другая знаковая система) – это совокупность речевых актов,

действий, которая рассматривается в качестве средства донесения референта от говорящего к адресату.

К невербальным средствам передачи информации относятся:

- 1) язык тела;
- 2) паралингвистические средства;
- 3) одежда и украшения.

Язык тела включает 5 составляющих:

1. *Жесты* – это разного рода движения тела, рук или кистей рук, которые сопровождают в процессе коммуникации речь человека и выражают отношение человека непосредственно к собеседнику. Жесты могут быть произвольными и непроизвольными, культурно обусловленными и физиологическими. Среди них выделяют:

- 1) иллюстраторы;
- 2) конвенциональные жесты, которые могут быть прямо переведены в слова, они употребляются сознательно и являются условными движениями. Часто их используют вместо слов, которые неловко высказать вслух;
- 3) модальные жесты, выражающие эмоциональное состояние человека, его оценку окружающего мира, отношение к предметам и людям, сигнализируют об изменении активности субъекта в ходе коммуникации;
- 4) жесты, которые используются в различных ритуалах.

2. *Мимика* представляет собой все изменения выражения лица человека, которые можно наблюдать в процессе общения. Она является важнейшим элементом невербальной коммуникации. *Окулесика* – использование движения глаз или контакта глаз в процессе коммуникации. С помощью глаз можно выразить богатую гамму человеческих чувств и эмоций. Например, визуальный контакт может обозначать начало разговора, в процессе беседы он является знаком внимания, поддержки тому подобное.

3. *Положение тела* – способ держать себя (наше тело).

4. *Проксемика* – способ использования пространства.

5. *Тактильная коммуникация*: прикосновение, похлопывание и тому подобное. Использование тактильных элементов коммуникации говорит о взаимных отношениях, статусе, степени дружбы между коммуникантами.

2. В ходе речевой коммуникации происходит кодирование и декодирование информации. Для облегчения этих процессов в любом языке существуют стереотипы, назначение которых заключается не в различении информации, а в ее узнавании.

Речевые стереотипы – это воспроизводимые, а значит такие, что узнаются, речевые формулы, сигнализирующие о той или иной информации или ситуации общения. Они облегчают выражение и получение информации, так как на их основе осуществляется преимственность в определенной сфере языковой культуры. К ним относят:

– штампы (языковые образы, которые потеряли свою образность: *дать зеленую улицу, проходить красной нитью* и т.п.);

– клише (канцеляризм: *с целью дальнейшего совершенствования, рассмотреть вопрос*);

– общие места (регулярно воспроизводимые «философские» банальности, типа *в жизни надо хорошо устроиться*);

– тавтологические дефиниции (определение через повторение – *жизнь есть жизнь*);

– формулы вежливости (*позвольте мне от всей души поздравить Вас*) и прагматические клише – языковые формулы, употребление которых возможно лишь в определенном коммуникативном акте;

– банальное цитирование (обращение к общеизвестным классическим и современным текстам);

– некритично используемые модные слова, в частности, взятые из речи «кумиров» (*судьбоносный* и тому подобное);

– стереотипные заимствования (*парадигма, менталитет, толерантный* и т.д.).

3. С языковым кодом связана проблема прямых и косвенных речевых актов, проблемы которых впервые начал исследовать американский ученый Дж. Сёрл.

Прямой речевой акт – это акт, в котором иллокутивная цель адресанта непосредственно выражается с помощью специально предназначенных для этого языковых маркеров – иллокутивных показателей.

Косвенный речевой акт – это акт, в котором иллокуция адресанта выражена не буквальными средствами сообщения, а должна «вычитываться» адресатом с опорой на имплицатуры. Косвенные акты исследуются не только теорией коммуникации, но и, в частности, стилистикой, она изучает такие явления, как аллюзия и намек, иносказание, игра слов тому подобное. Эти языковые средства рассматривались как стилистические приемы и только после развития теории речевых актов получили новое освещение.

Лекция 5. Коммуникативная личность

1. Наиболее полное и систематическое обоснование понятия «языковая личность» изложено в работах Ю.Н. Караулова и его последователей. *Языковая личность* понимается как «совокупность способностей и характеристик человека, которые обуславливают создание и восприятие им речевых произведений (текстов), которые различаются: а) степенью структурно-языковой сложности, б) глубиной и точностью отражения действительности, в) определенной целевой направленностью».

В теоретико-гносеологической модели языковой личности Ю.Н. Караулова выделяются три уровня: 1) вербально-семантический, 2) лингвокогнитивный и 3) мотивационный. Эта трехуровневая модель позволяет рассматривать различные качественные признаки языковой личности в пределах трех существенных характеристик – собственно языковой, когнитивной (познавательной) и прагматической. Собственно языковая характеристика состоит из лексикона индивида – всего запаса слов и словосочетаний, которыми он пользуется в естественной вербальной коммуникации.

Когнитивная характеристика связана с интеллектуальной сферой личности, познавательной деятельностью человека, которая предусматривает мыслительные процессы. Это отображается в использовании любимых речевых формул и индивидуальных речевых оборотов, по которым мы часто «узнаем» людей.

Прагматическая характеристика определяется целями и задачами коммуникации – намерением адресанта, его интересами, мотивами и конкретными коммуникативными установками.

Из трех уровней языковой личности только последний характеризует индивида именно в плане его коммуникативных способностей.

Важнейшим в исследовании коммуникации является анализ коммуникативной функции личности, актуализирующейся в разносторонней коммуникативной деятельности человека, которая, по данным ученых, составляет около 80% всего ее существования, а именно: аудирование – 45%, говорение – 30%, чтение – 16%, а также письмо – 9%.

Как видовое понятие «коммуникативная личность» значительно шире понятия «языковая личность», поскольку

предполагает характеристики, связанные с выбором не только вербального, но и невербального кода коммуникации с использованием искусственных и смешанных коммуникативных кодов. *Коммуникативная личность* понимается как одно из проявлений личности, обусловленное совокупностью индивидуальных свойств и характеристик, которые определяются степенью ее коммуникативных потребностей, когнитивным диапазоном, сформированным в процессе познавательного опыта, и собственно коммуникативной компетенцией – умением выбора коммуникативного кода, который обеспечивает адекватное восприятие и целенаправленную передачу информации в конкретной ситуации.

Параметры коммуникативной личности. Определяющими для коммуникативной личности являются характеристики, которые составляют три основных параметра – мотивационный, когнитивный и функциональный.

Мотивационный параметр, который определяется коммуникативными потребностями, занимает центральное место в структуре коммуникативной личности. Именно потребность сообщить что-то или получить необходимую информацию служит мощным стимулом для коммуникативной деятельности и является обязательной характеристикой индивида как коммуникативной личности. Если такой необходимости нет, то коммуникация не состоится.

Степень мотивированности определяется силой потребности: чем настойчивее потребность, тем устойчивее коммуникативная установка и тем последовательнее ее выражение в высказываниях и дискурсах. В актуализации коммуникативной установки наблюдается использование или одних и тех же коммуникативных средств (эффект усиления

при повторяемости), или различных средств (эффект усиления при скрытой повторяемости за счет варьирования коммуникативных средств).

Когнитивный параметр включает характеристики, формирующие в процессе познавательного опыта индивида его внутренний мир в интеллектуальном и эмоциональном планах. Наиболее существенными для когнитивного параметра коммуникативной личности являются следующие характеристики: способность адекватного восприятия информации, способность к воздействию на партнера, оценка и самооценка когнитивного диапазона и знания социально обусловленных норм вербальной и невербальной коммуникации.

Когнитивный параметр является переходным звеном между мотивационным и функциональным параметром. *Функциональный параметр* включает три характеристики, которые, по сути, и определяют такое свойство личности как коммуникативная компетенция:

а) практическое владение индивидуальным запасом вербальных и невербальных средств для актуализации информационной, экспрессивной и прагматической функций коммуникации;

б) умение варьировать коммуникативные средства в процессе коммуникации в связи с изменением ситуативных условий общения;

в) построение высказываний и дискурсов в соответствии с нормами избранного коммуникативного кода и правил речевого этикета.

2. Участниками коммуникации всегда являются люди с присущими им социальными, психологическими, когнитивными, мировоззренческими особенностями, которые в течение общения занимают различные коммуникативные роли и позиции.

Социальная роль – это способ поведения человека, обусловленный его социальным статусом, правилами (нормами), принятыми в обществе. Социальная роль указывает на поведение, определенное человеку его социальным (возрастным, гендерным, должностным и т.п.) положением, или статусом. Социальные роли бывают статусные, позиционные и ситуативные.

Статусные роли – это роли, которые человек получает с рождением, они наиболее постоянные (константные). Это половые роли, расовые, этнические, национальные, роль гражданина данного государства или такие, по которым человек неизбежно проходит в течение жизни; статусные роли обычно редко меняются.

Позиционные роли – это роли в коммуникации, которые определяются непосредственно местом человека в обществе. Одновременно человек, как правило, выполняет несколько позиционных ролей.

Ситуативные роли – более или менее фиксированные стандарты поведения, не привязанные непосредственно к другим ролям. Ситуативными ролями индивид овладевает на сравнительно ранних этапах социализации, они проигрываются на уровне сознательного контроля или на уровне бессознательного. Социальные роли выявлены в действиях человека (преимущественно вербальных) и определяются профессией, видом деятельности, гендером, возрастом, реальными отношениями людей в обществе.

Коммуникативные роли – это относительно устойчивые, внутренне связанные и ожидаемые другими системы коммуникативных поступков индивида, которые в значительной мере определены его социальным статусом, возрастными, гендерными и другими факторами. Они значительно уже от социальных, поэтому их репертуар значительно шире. Коммуникативные роли проявляются

только в ходе коммуникации и существенно влияют на характер коммуникативного акта. На сегодня лингвистическая наука только работает над описанием и типологией коммуникативных ролей.

В зависимости от способа реализации коммуникативного поведения выделяют стандартные и инициативные коммуникативные роли.

Стандартная коммуникативная роль – это коммуникативное поведение человека, принятое в обществе для соответствующей социальной роли и ситуации.

Инициативная коммуникативная роль – это тот образ, который человек сознательно создает в общении для достижения определенной цели; то, что он решил делать в конкретной ситуации общения, преследуя определенную предметную цель.

Коммуникативные роли могут быть поняты сразу, с первых реплик участников общения, а могут проявляться постепенно, в процессе развертывания интеракции.

Речевое поведение личности связывают с ее коммуникативными позициями, которые она выбирает в различных ситуациях общения.

Коммуникативная позиция – это коммуникативная роль, которую подсознательно выполняет каждый из коммуникантов в соответствии со своими индивидуально-психологическими особенностями.

3. Любой *коммуникативный акт* – это взаимодействие как минимум двух человек с помощью средств языкового кода. Один из участников коммуникативного акта выступает как адресант, другой – как адресат.

Роль адресанта заключается в том, что он начинает (инициирует) коммуникативный акт. Считается, что именно инициатор держит в своих руках схему взаимодействия, и именно от него многое зависит, насколько успешно в ходе

коммуникативного акта будет реализована эта схема. Однако успешность действий говорящего зависит от ряда факторов, к которым относят предварительные условия, избрание правильных стратегий и тактик, собственной коммуникативной роли и позиции, правильного определения социальных и коммуникативных ролей и позиций адресата.

Не менее важна и роль адресата, хотя его часто воспринимают как пассивного участника. Его роль заключается в реакции, то есть ответе – вербальном или невербальном, причем эти реакции формируют коммуникативный акт на протяжении всего процесса коммуникации.

Таким образом, адресат и адресант – активные участники коммуникации, при этом адресант появляется в коммуникативном акте с момента инициации, а адресат автоматически становится участником общения.

4. В соответствии со своими целями адресант и адресат в ходе коммуникативного акта применяют коммуникативные стратегии и коммуникативные тактики.

Коммуникативная стратегия – это совокупность запланированных говорящим и реализованных в ходе коммуникативного акта теоретических ходов, направленных на достижение коммуникативной цели.

Выбор коммуникативной стратегии в соответствии с коммуникативной целью зависит от уровня коммуникативной компетенции говорящего. *Коммуникативная компетенция* – это система знаний о правилах языковой коммуникации, состоящая из знания моделей коммуникативного поведения, знания речевого этикета, шаблонов общения (знаний о национально-ментальных и ритуальных особенностях общения, его социальной обусловленности, стилистических, ситуативно-тематических особенностей).

Таким образом, говорящий, используя коммуникативную компетенцию, ставит перед собой собственную цель и, следуя определенной интенции, формулирует собственную стратегию.

В каждой реальной ситуации общения коммуникативная стратегия воплощается в коммуникативной тактике.

Коммуникативная тактика – это совокупность практических ходов в реальном процессе речевого взаимодействия, то есть коммуникативная тактика, в отличие от коммуникативной стратегии, соотносится не с коммуникативными задачами, а с речевыми ходами.

Коммуникативный (речевой) ход – это тактический ход, который является практическим средством достижения коммуникативной цели; другими словами, это элемент коммуникативной тактики, совокупность коммуникативных ходов, составляющих коммуникативную тактику. Т.А. ван Дейк определяет речевой ход как функциональную единицу последовательности действий, которая способствует решению локальной или глобальной задачи под контролем стратегии.

Коммуникативные ходы согласуются с предыдущими и последующими, выстраивая тактику. На основе применения коммуникативных тактик говорящий обогащает свой коммуникативный опыт – совокупность представлений об успешных и неуспешных коммуникативных тактиках, которые приводят или не приводят к реализации соответствующих коммуникативных тактик.

Итак, говорящий производит коммуникативную стратегию, которая превращается (или не превращается) в коммуникативную тактику как совокупность коммуникативных ходов, пополняя его коммуникативный опыт.

В зависимости от выбранных критериев существуют различные типологии коммуникативных стратегий.

В соответствии со степенью «глобальной» цели выделяют общие и частные стратегии. Например, общая стратегия дискредитации реализуется в частных – обвинения, оскорбления, насмешки.

С функциональной точки зрения выделяют основные и вспомогательные стратегии. *Основная стратегия* – это самая значимая в коммуникативном взаимодействии с точки зрения мотивов и целей.

Вспомогательная стратегия – это стратегия, которая способствует эффективной организации речевого взаимодействия, например, это стратегии, статусные и ролевые, направленные на создание эмоционального настроения и тому подобное.

Среди коммуникативных стратегий выделяют манипулятивные.

Манипулирование – это воздействие на человека с целью побудить его к действиям бессознательно или вопреки его собственному мнению, намерению. Манипулирование носит имплицитный характер, поскольку объект манипулирования может не осознавать влияния, тогда как принуждение всегда эксплицируется.

Современный человек должен обладать разнообразными стратегиями, поскольку в различных коммуникативных ситуациях, аудиториях, при общении с разными типами собеседников возникает необходимость как в речевом действии, так и в манипуляции (ср. например, необходимость манипуляции в отношении детей, эмоционально возбужденных людей, пьяных, истериков, конфликтных лиц и т.п.). Таким образом, манипулятивная стратегия как тип стратегии не является ругательным словом или морально осуждаемым способом воздействия на людей.

5. *Коммуникативная неудача* – отрицательный результат коммуникации, такое завершение общения, когда цель не достигнута. Неудачи появляются по разным причинам: когда неправильно построено речевое влияние, то есть выбрано не те способы воздействия, не учтены особенности адресата, не соблюдены правила бесконфликтного общения и тому подобное.

Лекция 6. Категория контакта

1. *Коммуникативный контакт* – это непосредственное речевое взаимодействие коммуникантов, которое осуществляется через коммуникативный канал (или каналы).

Коммуникативный контакт осуществляется, если действия обоих собеседников сознательны и преднамеренны и они обладают общим кодом (совместными кодами). Это означает, что партнеры по коммуникативному акту должны осознавать каждое свое речевое действие и каждое из этих действий служит определенной, известной говорящему, цели.

Коммуникативный контакт основывается на *коммуникативном кодексе* – системе принципов, правил и конвенций общения, которые регулируют речевое поведение участников коммуникации и проявляются в определенных категориях и критериях.

Кроме коммуникативного кодекса, на контакт влияют коммуникативная цель и коммуникативное намерение, о чем уже говорилось. Коммуникативная цель и коммуникативное намерение эксплицируются в коммуникативных ходах – коммуникативных приемах, способствующих продолжительности коммуникации, достижению коммуникативной цели.

Успешность коммуникативного контакта (и коммуникации в целом) будет зависеть от соответствия

коммуникативных ходов и тактик коммуникативной цели и коммуникативным намерениям. Несоответствие приводит к коммуникативным неудачам и может быть следствием недостаточной коммуникативной компетенции говорящего, что, в свою очередь, может оказаться следствием не слишком значительного коммуникативного опыта.

2. *Принцип кооперации* был изложен американским ученым Гербертом Полом Грайсом в работе «Логика и речевое общение» (1975). Принцип кооперации звучит следующим образом: «Твой коммуникативный вклад на данном этапе диалога должен быть таким, каким его требует совместно принятая цель (направление) этого диалога», то есть принцип кооперации предполагает наличие у каждого собеседника двух тесно связанных установок: стремление к достижению обоюдного успеха коммуникации и стремление к достижению своего личного, эгоистичного успеха. Обе эти установки, будучи противоположными полюсами, создают силовые линии, вдоль которых направлена коммуникация. Условием успешности речевой коммуникации является установка собеседников на кооперацию, хотя рядом с коммуникативным поведением существует и конфликтное коммуникативное поведение.

Далее Г.П. Грайс формулирует конкретные максимы, соблюдение которых способствует созданию кооперативных отношений в общении:

1) максима полноты информации (количества): «Твое высказывание не должно содержать ничего лишнего, но должно быть содержательным»;

2) максима истинности (качества): «Говори правду, не говори без достаточных к тому оснований»;

3) максима релевантности: «Будь релевантным, то есть говори только то, что касается дела»;

4) максима ясности выражения (манеры): «Говори кратко и понятно, избегай неясных и непонятных высказываний».

1. *Максима информативности (количества)* включает в себя два постулата: 1) «твое высказывание должно содержать не меньше информации, чем это нужно»; 2) «твое высказывание должно содержать не больше информации, чем это нужно». Нарушение первого постулата приводит к неполному пониманию сообщения. В связи с тем, что говорящий не ввел слушателя в курс дела, первый не достигает желаемого коммуникативного эффекта – воздействия на собеседника. Лишняя информация, в свою очередь, может ввести собеседника в заблуждение, сбить с толку из-за того, что из-за излишней информации он может выдвинуть предположение о существовании какой-то особой, скрытой цели, особого смысла.

2. С первой максимой связана *максима релевантности*: «Не отклоняйся от темы». В противном случае разговор становится расплывчатым, а адресант и адресат к концу разговора забывают, какие у них были намерения в начале разговора.

3. *Общий постулат качества (истинности)* звучит так: «Старайся, чтобы твое высказывание было истинным». Он включает в себя два конкретных постулата: «Не говори того, что считаешь ошибочным» и «Не говори того, для чего у тебя нет достаточных оснований». Давая сознательно ложную информацию, говорящий неизбежно меняет ход разговора, мысли и знания собеседника.

4. *Максима способа*: «Высказывайся ясно», «Будь немногословен», «Избегай непонятных высказываний», «Избегай двусмысленности», «Будь организованным». На адресата влияет не только содержание информации, но и способ ее подачи. Если говорящий будет прибегать к

непонятным для слушателя словам, если под одним и тем же термином будут иметь в виду разный референт, то собеседники не найдут общий язык. Постулат «Будь организованным» предусматривает, что высказывание должно быть точно сформулировано. Иногда этот постулат нарушается невнимательными собеседниками, что приводит к потере времени, к путанице в суждениях.

3. Гипотеза о принципах речевого общения, выдвинутая Гербертом Полом Грайсом, стимулировала ряд исследований, направленных как на проверку истинности ее теоретических положений (т.е. верификацию), так и на дальнейшее изучение принципов коммуникативного воздействия. Одна из попыток расширения предлагаемого Грайсом аппарата была сделана Джеффри Личем, который указал на возможность дополнения принципа коммуникативного сотрудничества принципом вежливости.

Принцип вежливости, по мнению Дж. Лича, обеспечивает социальное равновесие и является необходимым условием для коммуникативного сотрудничества. Вежливость представляет собой стратегию устранения конфликтов и может измеряться в терминах усилий, необходимых для предупреждения конфликтных ситуаций.

Выделяя принцип вежливости, Джеффри Лич сформулировал следующие максимы:

- максимум такта: «Соблюдай интересы другого, не вмешивайся в его личную жизнь»;
- максимум великодушия: «Не затрудняй других»;
- максимум одобрения: «Не критикуй других»;
- максимум скромности: «Отклоняй от себя похвалу»;
- максимум согласия: «Избегай возражений»;
- максимум симпатии: «Выявляй доброжелательность».

4. По мнению Дж. Лича, вежливость по своей природе асимметрична, то есть не предусматривает зеркально точного воспроизведения одних и тех же речевых действий относительно говорящего и адресата: то, что может казаться вежливым по мнению адресанта, может быть невежливым по отношению к адресату. Любая максима относительно и очень часто сочетается с другими; максимы вежливости очень часто вступают в конфликт. Особенность вежливости состоит в том, что не только ее нарушение, но и чрезмерное соблюдение вызывает дискомфорт. Многие этические ситуации оказываются часто сложными именно из-за конфликтов максим. Поэтому настоящий стратег будет выбирать такое поведение, в котором конфликты максим (а они обязательно возникнут) будут наименее заметны и не будут препятствовать успешности коммуникативного акта.

РАЗДЕЛ 3. ПЛАНЫ ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ

Практическое занятие № 1

Теория коммуникации как наука и учебная дисциплина.

Истоки и основные этапы развития теории коммуникации

Цель: познакомить студентов с предметом, задачами и методами теории коммуникации как отрасли научных знаний; сформировать понимание содержания основных теорий коммуникации, ее законов; сообщить слушателям курса о важности коммуникативной компетентности.

Теоретическая часть

1. Предмет теории коммуникации.
2. Законы и категории теории коммуникации.
3. Методы и функции теории коммуникации.
4. Коммуникативная компетентность в системе профессиональной подготовки специалиста.
5. Проблемы коммуникации в истории социально-философской мысли. Современные концепции коммуникации. Теории массовой коммуникации.

Практическая часть

1. Соотношение понятий «коммуникация» и «общение» (продемонстрируйте на примерах с использованием языкового иллюстративного материала).

2. Охарактеризуйте основные законы теории коммуникации (закон зеркального развития общения, закон зависимости общения от коммуникативных усилий, закон прогрессивного роста нетерпения слушателей, закон снижения уровня интеллекта аудитории с увеличением его численности, закон коммуникативного самосохранения, закон ритма общения, закон модификации нестандартного коммуникативного поведения участников общения, закон

ускоренного распространения негативной информации, закон искажения информации, закон поглощения эмоций, закон эмоционального подавления логики).

3. Назовите основные функции теории коммуникации. Прокомментируйте их действие на примерах.

4. В чем заключается главное отличие коммуникативных способностей людей и животных?

5. Дайте определение коммуникативной компетентности и охарактеризуйте основные источники ее формирования.

6. Опишите этапы развития теории коммуникации.

Практическое занятие № 2

Коммуникационный процесс. Модели коммуникации

Цель: познакомить студентов с понятием «коммуникативный процесс», со структурными моделями коммуникации; сформировать понимание того, что общение происходит как в пределах определенной культуры, так и в межкультурных отношениях с учетом других этнических ценностей и стереотипов; научить студентов моделировать ситуации межкультурного общения на основе этнических стереотипов и табу.

Теоретическая часть

1. Коммуникационный процесс. Основные элементы коммуникационного процесса.

2. Структурные модели коммуникации. Коммуникативный кодекс. Коммуникативные барьеры и их классификация.

3. Кодирование и декодирование информации.

4. Обратная связь в коммуникационном процессе.

5. Гендерные аспекты общения.

6. Максимумы воплощения основных принципов общения.
Правила и конвенции общения.

7. Понятие межкультурной коммуникации. Уровни межкультурной коммуникации. Формы межкультурной коммуникации. Лингвокультурологические аспекты межкультурной коммуникации. Типы восприятия межкультурных различий.

Практическая часть

1. Постройте модели общения с учетом особенностей: линейных моделей (Г.Д. Лассуэлла, К.Э. Шеннона, Р.О. Якобсона), интерактивных моделей (М.М. Бахтина, Р. Барта, Г.Г. Шпета), транзакционных моделей (Ч. Осгуда, У. Шрамма).

2. Назовите основные национально-речевые символы и стереотипы различных этнических групп и народов в процессе общения.

3. Смоделируйте ситуации общения с представителями других культур, учитывая национально-речевой этикет и табу.

4. Понятие «культура» и «межкультурная коммуникация»: охарактеризуйте понятия.

5. Основные субъекты межкультурной коммуникации.

6. Определите, в чем заключается специфика невербальных аспектов и пространственно-временных характеристик межкультурной коммуникации.

Практическое занятие № 3 **Вербальная коммуникация**

Цель: определить основные средства коммуникации; научить студентов различать понятия «язык» и «речь»; понять основные функции языка и сферы их применения.

Теоретическая часть

1. Семиотика. Синтактика, семантика, прагматика.
2. Средства коммуникации.
3. Место языка среди других знаковых систем.
4. Соотношение «язык – речь». Речевое общение как способ коммуникации.
5. Функции языка. Язык как способ передачи информации.

Практическая часть

1. Что входит в понятие «информация высказывания», информативность языковой единицы?
2. Охарактеризуйте особенности современного общения. В чем его специфика?
3. Почему общение считают одним из видов деятельности?

Практическое занятие № 4 **Невербальная коммуникация**

Цель: научить студентов различать понятия «вербальная» и «невербальная» коммуникации; сформировать у студентов умения и навыки «чтения» информации с помощью невербальных информативных сигналов; рассмотреть нормы этикетности поведения при использовании невербальных средств общения.

Теоретическая часть

1. Пара- и экстралингвистические особенности невербальной коммуникации. Соотношение понятий «вербальная коммуникация» и «невербальная коммуникация». Главные компоненты структуры невербального поведения.
2. Классификация невербальных средств общения.
3. Мимика и взгляд.

4. Жесты.
5. Организация пространства и времени в процессе коммуникации.
6. Позы и походка.
7. Контакт глаз.

Практическая часть

1. Приведите примеры неосознанных произвольных невербальных реакций.
2. Каковы внешние проявления эмоциональных состояний?
3. Как с помощью «метода декодирования выражений» провести анализ экспрессивного состояния человека?
4. Какую информацию о партнере можно получить, интерпретируя активность его жестов? Какие общие правила «чтения» позы?
5. Какие нюансы контакта выражает рукопожатие? Какие его виды?
6. Сформулируйте рекомендации поддержки визуального контакта.

Практическое занятие № 5

Порождение и восприятие речи как основа процесса коммуникации

Цель: определить основные модели порождения речи; научиться слушать во время общения.

Теоретическая часть

1. Порождение речи как процесс.
2. Модели, этапы и уровни порождения речи.
3. Проблемы, связанные с процессом восприятия речи.
4. Слушание и его роль в коммуникации.
5. Речевая и коммуникативная компетенции говорящих.
6. Коммуникативный кодекс.

Практическая часть

1. Привести примеры моделей порождения речи по Б.Ю. Норману, И. А. Зимней, М.Б. Бергельсон и Е.А. Кибрику. Проанализировать материал.

2. Создать модели общения, воспроизвести их на занятии. Проанализировать восприятие материала, внимательность участников в процессе коммуникации, интерпретацию информации, ее запоминание.

3. Говорение как вид речевой деятельности. Способы эффективного говорения.

4. Какие мотивы говорящего и реципиента в ситуациях устной коммуникации?

5. Какую цель преследует активное слушание?

6. Объясните разницу в понятиях «слушать» и «слышать».

7. Какие мотивы говорения и слушания в ситуациях делового общения? Назовите основные умения, необходимые для эффективной передачи и восприятия информации в деловом общении.

8. Препятствия и барьеры эффективного говорения и слушания.

Практическое занятие № 6 **Коммуникативные дискурсы**

Цель: научить студентов ориентироваться в понятиях «дискурс», «текст», «речевой акт»; сформировать умение создавать различные типы дискурсов и текстов; развивать устную и письменную речь студентов.

Теоретическая часть

1. Понятие дискурса в современной лингвистике.

2. Текст и дискурс. Соотношение понятий «дискурс» – «текст».

3. Понятие речевого жанра. Типы речевых жанров.
Дискурс и речевой жанр.

- 4. Типология дискурса.
 - Ритуальный дискурс.
 - Тоталитарный дискурс.
 - Теле- и радиодискурс.
 - Дискурс этикетки.
 - Литературный дискурс.
 - Мифологический дискурс.
 - Сказочный дискурс.

5. Текст как аккумулятор информации. Типология текстов.

6. Эксплицитная и имплицитная информация.
Пресуппозиция.

Практическая часть

1. Подобрать (создать) различные типы жанров речевого общения (беседа, разговор, спор, рассказ, история, письмо, записка, дневник).

2. Подобрать (создать) различные типы дискурсов (теле- и радио дискурс, газетный, театральный, литературный дискурс, кино дискурс, дискурс в сфере публичных речей, рекламный дискурс, политический дискурс, религиозный дискурс).

3. Написать тексты различных направлений (социологический, психолингвистический, собственно коммуникативный, функционально-прагматический и т.д.).

Практическое занятие № 7

Межличностная коммуникация. Коммуникация в малых группах

Цель: сформировать у студентов умения и навыки общения в малых социальных группах, учитывая

эмоциональное состояние собеседников; научить студентов избегать коммуникативные неудачи и анализировать их причины.

Теоретическая часть

1. Понятие «межличностная коммуникация» и «эффективная межличностная коммуникация».

2. Коммуникативная компетентность человека.

3. Ситуационные и психологические предпосылки межличностной коммуникации. Аксиомы межличностной коммуникации, которые сформулировал П. Вацлавик.

4. Понятие, виды и функции коммуникации в малой группе. Структура и динамика коммуникации в малой группе. Прагматика коммуникации в малых группах.

5. Коммуникативные девиации, их сущность и природа. Типология коммуникативных неудач.

Практическая часть

1. Назовите типы ситуаций межличностного взаимодействия, которые вызывают стресс. Каковы основные причины стрессовых ситуаций?

2. Коммуникативный стиль. Что лежит в основе различия коммуникативных стилей поведения людей?

3. Создать ситуации общения, где проявляются различные типы коммуникативных девиаций, вызванные:

– адресатом;

– адресантом;

– процессом коммуникации;

– немотивированным изменением коммуникативных стратегий участниками общения;

– несоблюдением постулатов этикетности общения.

4. Объясните понятие «комплексный коммуникативный анализ» и перечислите его составляющие.

Проведите коммуникативный анализ данной ситуации:

– Что, брат, заставляют работать?

– А, это ты, Бен! Я и не заметил.

– Слушай, я иду купаться... да, купаться! Пожалуй, и тебе хочется, а? Но. Тебе, конечно, нельзя, надо работать. Ну, конечно, еще бы!

Том посмотрел на него и сказал:

– Что ты называешь работой?

– И разве это не работа?

Том снова принялся белить забор и ответил небрежно:

– Может, работа, а может, и нет. Я знаю только одно: Тому Сойеру она по душе.

– Ты что? Не хочешь ли ты сказать, что для тебя это занятие – приятное?

Щетка продолжала гулять по забору.

– Приятное? А что в этом такого неприятного? Разве ребятам каждый день достается белить заборы?

– Слушай, Том. Дай и мне немного побелить!

Том задумался и, казалось, уже был готов согласиться, но в последний момент передумал:

– Нет, нет, Бен... Все равно ничего не получится. Ты же видишь, тетя Полли очень требовательна к забору: он выходит на улицу. Если бы это было по ту сторону, которая выходит во двор, другое дело, но здесь она очень строга – нужно белить очень и очень тщательно... Из тысячи... даже, пожалуй, из двух тысяч ребят найдется только один, кто сумел бы выбелить его как следует.

– Да ты что? Вот никогда бы не подумал. Дай мне только попробовать... хоть чуть-чуть. Если бы я был на твоём месте, я бы тебе дал. А, Том?

– Бен, я бы с радостью, честное слово, но тетя Полли... Вот Джим тоже просил, но она не позволила. Просил и Сид – не пустила. Теперь ты понимаешь, как мне тяжело доверить эту работу тебе? Если ты начнешь белить, а вдруг что-то не то...

– Ерунда! Я буду стараться не хуже тебя. Мне бы только попробовать! Слушай: я дам тебе серединку вот этого яблока.

– Ладно! Впрочем, нет, Бен, лучше не надо... побаиваюсь я...

– Я дам тебе все яблоко – все, что осталось...

(Марк Твен «Приключения Тома Сойера»)

5. Найдите проявления коммуникативных девиаций в произведениях художественной литературы. Проанализируйте причины неудач в общении. Проследите, как речевое недоразумение приводит к разрыванию конфликта между персонажами.

Практическое занятие № 8

Массовая коммуникация. Массовая и публичная коммуникация

Цель: научить студентов понимать предмет изучения массовой коммуникации; сформировать умения и навыки использования средств массовой информации для достижения коммуникативных задач; воспитывать культуру общения в средствах массовой коммуникации.

Теоретическая часть

1. Понятие «массовая коммуникация». Структура массовой коммуникации (по Г.Д. Лассуэллу). Критерии эффективности массовой коммуникации.

2. Массовая коммуникация в ракурсе различных научных традиций:

– структурно-функциональная традиция (Г.Д. Лассуэлл, Р.К. Мертон);

– концепция идеологии и методологии анализа массовой коммуникации (Л. Альтюссер, А. Грамши);

– критическая традиция (Франкфуртская школа, Ч.Р. Миллс);

– теории информационного общества (Д. Белл, М. Кастельс).

3. Экономические, политические, культурные и технологические факторы, определяющие становление и роль массовой коммуникации в современном мире.

4. Процесс создания и преобразования массовой информации. Роль коммуникаторов в создании массовой информации.

5. Механизм преобразования социальной информации в массовую информацию.

6. Средства массовой коммуникации.

7. Функции массовой коммуникации. Массовая коммуникация: нормативные принципы функционирования, институты, организации.

8. Эффективность массовой коммуникации. Информационно-коммуникативные технологии. Технология рекламы. Технология PR. Телевидение. Информационная безопасность и информационная война.

Практическая часть

1. Проанализируйте язык газет, радио, телевидения (на выбор). Проанализируйте средства воздействия на потребителя информационной продукции.

РАЗДЕЛ 4. ТЕМЫ ДЛЯ ПОДГОТОВКИ МУЛЬТИМЕДИЙНЫХ ПРЕЗЕНТАЦИЙ

1. Особенности коммуникативной ситуации форум-общения в интернет-дискуссе.
2. Признаки устной коммуникации в sms-общении.
3. Коммуникативные особенности педагогического дискурса.
4. Доминирующая оценка в коммуникативных ситуациях разговорного общения.
5. Коммуникативные роли в семейном общении.
6. Экология текстовой коммуникации.
7. Стереотипы межкультурной коммуникации.
8. Технологии манипуляции в процессе коммуникации.
9. Манипулятивное воздействие СМИ.
10. Тайна коммуникации: в чем она?
11. Коммуникативные системы кино и телевидения.
12. Мифологическая и художественная коммуникации.
13. Средства массовой коммуникации и средства массовой информации.
14. PR как вид коммуникации.
15. Коммуникация в сфере политики.

РАЗДЕЛ 5. ЗАДАНИЯ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ

5.1. Реферирование

Осуществить подбор основной и дополнительной научной литературы по предлагаемым темам, составить детализированные планы, по которым подготовить и представить научные рефераты (доклады, тематические обзоры, сообщения) с целью их публичного обсуждения.

1. Методы теории коммуникации.
2. Персонализация личности как тенденция развития современной коммуникации.
3. Невербальные компоненты коммуникации.
4. Ситуативный контекст и обратная связь в коммуникации.
5. Коммуникативная компетентность специалиста: факторы, составляющие, ключевые понятия, проблемы.
6. Типология речевых жанров и коммуникативных дискурсов.
7. Теория понимания текста в современном измерении.
8. Языковая личность: сущность, понятие, структура, типы.
9. Стилль общения и языковая личность.
10. Речевая коммуникация (сравнительный аспект): универсальные и национально-культурные особенности.
11. Национально-культурная специфика речевого этикета.
12. Актуальные проблемы теории коммуникации на страницах научных журналов и сборников и как объект исследования в курсовых, конкурсных, магистерских и диссертационных работах.

5.2. Репродуктивные задания

Правильно завершить утверждения и дефиниции.

1. Основополагающий принцип теории коммуникации – это...
2. Параметры публичной речевой коммуникации – это...
3. Составляющие речевого акта – это...
4. Собственно коммуникативные девиации – это...
5. Коммуникативный акт – это...
6. На развитие теории коммуникации больше повлияло... (сколько?) факторов/традиций, а именно...
7. Прецедентный текст – это тип текста, основными признаками которого является...
8. Современный коммуникант должен быть... (назвать по иерархии 7–8 основных характеристик/качеств).
9. Современные классификации диалогов как эффективной формы межличностной коммуникации – это, как минимум, шесть, а именно...
10. Особенности славянского коммуникативного риторического идеала в современной логосфере – это...
11. Моделирование слушательской аудитории – это... (какой?) закон в структуре... (чего?), сущность которого – ...
12. «Золотое правило» речевой коммуникации –...
13. Обязательные задания коммуниканта в концепциях Аристотеля (V в. до н.э.) и Г. Грайса (XX в.) – это...
14. Актуальное членение высказывания в контексте Пражской лингвистической школы (А. Вейль, В. Матезиус) – это...
15. Оценка речевой культуры коммуниканта – это анализ... (сколько?) параметров, а именно...

5.3. Креативные задания

1. Обосновать сущность и охарактеризовать составляющие коммуникативной компетентности филолога в контексте коммуникативно-риторической формулы.

2. Доказать, почему коммуникация как предмет учебной дисциплины в вузах находится на стыке различных (и каких именно?) научных отраслей.

3. Назвать и проиллюстрировать убедительными примерами критерии типологизации коммуникации.

4. Назвать все составляющие коммуникативного паспорта говорящего и проанализировать их по роли в контексте различных дискурсов.

5. Назвать основные формы косвенного информирования и обосновать их функции и сферы уместного использования в коммуникации.

6. Назвать виды и охарактеризовать коммуникативные табу в контексте этнических и национальных стереотипов.

7. Осуществить сравнительный анализ манипулятивно недопустимых и цивилизованных методов убедительной аргументации в коммуникации.

8. Охарактеризовать особенности современного научного дискурса в контексте действующего коммуникативно-риторического канона.

9. Описать линии/типы коммуникативного поведения по Э. Берну и проанализировать их в контексте теле- или радиодискурса, обратив внимание на уязвимые качества коммуникантов.

10. Объяснить сущность и назвать причины энтропии сообщения и сформулировать соответствующие рекомендации для коммуникантов.

11. Охарактеризовать коммуникативно-риторическую и национально-культурную составляющие в контексте профессиональной деятельности.

12. Назвать типы речи и осуществить их сравнительный анализ.

13. Проиллюстрировать убедительными примерами гендерный аспект коммуникации.

14. Осуществить краткий экскурс в историю коммуникативистики как отдельной научной отрасли.

15. Доказать, что чем больше группа сотрудников, тем меньше вероятность конструктивности и эффективности речевой коммуникации.

16. Объяснить, почему вежливость в коммуникации является универсальной категорией только на самом общем уровне.

17. Обосновать, почему убедить легче не в монологах, а в диалогах и полилогах.

18. Убедить, что коммуникация подобна игре и почему.

19. Доказать, почему сказанное слово является более сильным и плодотворным, чем написанное.

20. Убедить, что творчество всегда является конфликтным.

21. Объяснить, почему в спорах возражение сильнее утверждения.

22. Обосновать, какие и почему конфликты в коммуникации бывают полезными.

23. Убедить, что опровержение правильных мыслей оппонента не имеет смысла.

24. Доказать, что коммуникативное несовершенство существенно снижает или даже разрушает рейтинг специалиста.

25. Обосновать актуальность учебной дисциплины «Теория коммуникации» в университетской подготовке будущих специалистов-филологов.

5.4. Творческая задача

1. Из материалов художественной или учебной литературы подберите пример коммуникативного акта (КА) на 18–20 реплик.

2. Письменно охарактеризуйте КА по схеме.

3. Работу оформите на отдельных листах формата А4.

Схема анализа коммуникативного акта

1. Контекст и ситуация общения (место и время общения, каналы коммуникации, коммуникативный шум).

2. КА по информативности (информационный или фатический). Для информационных (референт, пресуппозиция, импликатура (если есть). Для фактических – цель и назначение.

3. Код: использование вербальных и невербальных средств.

4. Анализ реплик по их отнесенности к прямым и косвенным речевым актам.

5. Адресант (говорящий) и адресат: социальные и коммуникативные роли участников общения, коммуникативные позиции, коммуникативные стратегии и тактики.

6. Контакт: тип общения, соблюдение (несоблюдение) принципов общения.

7. Анализ речевых актов, из которых состоит КА (по Дж. Сёрлю).

8. Выводы (характеристика общения в целом, а также коммуникативных позиций участников: у кого они сильнее, а у кого слабее, как они изменяются в ходе общения, кто полнее достигает предметных и коммуникативных целей, кто эффективнее использует средства коммуникативного кодекса).

Образец:

Пикеринг (потягиваясь). Откровенно говоря, я все же устал. Пикник, званый обед, а потом еще опера! Что-то слишком много удовольствий сразу. Но пари вы выиграли, Хиггинс: Элиза справилась с ролью, и еще как! – **Репрезентатив.**

Хиггинс (возбужденно). Слава богу, что все закончилось! – **Экспрессив.**

Элиза вздрогнула, но они не обращают на нее внимания. Она, овладев собой, снова сидит неподвижно, словно окаменела.

Пикеринг. Вы волновались на приеме? Я волновался. А Элиза, по-моему,нисколько. – **Репрезентатив.**

Хиггинс. Элиза? Даже и не думала. Но я знал, что все будет хорошо. Просто переутомился за эти месяцы, вот оно теперь и ощущается. Сначала, пока мы занимались только фонетикой, было интересно, но потом мне все это надоело. Если бы не пари, я бы давно все послал к черту. Глупая, в общем, была затея; все оказалось гораздо скучнее, чем мы думали. – **Репрезентатив.**

Пикеринг. Ну что вы! На приеме было много острых моментов. У меня даже сердце замирало. – **Репрезентатив.**

Хиггинс. Так, первые три минуты. А когда стало понятно, что мы побеждаем без боя, я чувствовал себя как медведь, которого закрыли в клетку и он не знает куда деться от скуки. А за столом было еще хуже: сиди и жуй целый час,

даже перекинуться словом не с кем, кроме какой-то глупой модницы. Нет, Пикеринг, уверяю, с меня хватит. Больше я подготовкой герцогинь не занимаюсь. Это была сплошная мука. – **Репрезентатив и комиссив.**

Пикеринг. Вам просто не хватает настоящей светской дрессуры. (*Идет к роялю*). А я иногда люблю окунуться в эту атмосферу: чувствуешь себя моложе. Несомненно, это был успех, огромный успех! Раза два я даже испугался, настолько хорошо Элиза держалась. Понимаете, настоящие герцогини очень часто не умеют обращаться; они такие глупые, что представляют, будто к людям их состояния хорошие манеры приходят сами собой, и поэтому не хотят им учиться. Когда что-нибудь делается не просто хорошо, а замечательно, в этом всегда чувствуется профессионализм. – **Репрезентатив.**

Хиггинс. Так это меня и раздражает: болваны, которые даже болванами не умеют быть по всем правилам. (*Встает*). Ну, так или иначе, дело сделано и все уже позади; можно ложиться спать без страха за завтрашний день. – **Репрезентатив.**

Красота Элизы приобретает зловещий оттенок.

Пикеринг. Да, и я тоже пойду. Все же это было большое событие; мы одержали блестящую победу. Спокойной ночи. (*Выходит*). – **Репрезентатив.**

Хиггинс (идет за ним). Спокойной ночи. (*Оглянувшись с порога*). Элиза, выключите свет и скажите миссис Пирс, чтобы она не варила мне утром кофе, я буду пить чай. (*Уходит*). – **Директив.**

(Б. Шоу «Пигмалион»)

1. КА происходит в доме профессора Хиггинса вечером после приема, говорят Хиггинс и Пикеринг в присутствии Элизы, на которую оба не обращают внимания. Собеседники

видят и слышат друг друга, следовательно, задействовано аудиовизуальный канал, коммуникативный шум отсутствует.

2. Это информационный КА, поскольку полковник Пикеринг признает победу Хиггинса в пари, оба собеседника обсуждают поведение Элизы на бале, делятся впечатлениями. Референтами выступают собственные переживания, чувства собеседников и поведение Элизы на балу, в общем референт подается с положительной интенцией: «Элиза справилась с ролью»; «и еще как»; «хорошо Элиза держалась»; «в этом всегда чувствуется профессионализм»; «это было большое событие»; «мы одержали блестящую победу». Пресуппозиции связаны со знанием светской жизни, эмоциональной сферой каждого из собеседников, профессиональной деятельностью Хиггинса.

3. Средства кода – вербальные и невербальные. Среди невербальных можно назвать паралингвистические и язык тела (способ использования пространства).

4. Вся информация, которой обмениваются собеседники, в целом положительная, не требует импликации, поэтому РА этого КА прямые, таким образом, оба собеседники, Хиггинс и Пикеринг используют прямые РА.

5. Социальные и коммуникативные позиции собеседников в целом симметричные – это близкие друзья, хотя и в позиционных ролях они имеют некоторые различия – профессор и отставной полковник, относительно друг друга занимают коммуникативную позицию Взрослого, а к Элизе – позиции Родителей, поэтому они не обращают внимания на ее присутствие во время разговора.

Коммуникативные стратегии адресанта и адресата можно охарактеризовать как успешные относительно друг друга. Поскольку полковник Пикеринг инициирует КА, он выступает адресантом и инициирует ожидаемый КА

(профессор Хиггинс не возражает, чтобы тот признал свое поражение в пари), в развертывании КА Пикеринг правильно выбирает время, место, адресата и референта КА, поэтому его стратегии вполне уместные; Хиггинс выступает адресатом, все его ходы относительно Пикеринга подходящие, поскольку адресат учитывает семантические и прагматические средства связности диалога.

6. В КА собеседники частично придерживаются максим кооперации, поскольку в КА оба партнера, Пикеринг и Хиггинс, стремятся объяснить, и поэтому учитывают максимы полноты информации (не подают больше или меньше информации, чем нужно, чтобы достичь успеха), качества информации, то есть не говорят того, что считают ошибочным, но обсуждают третье лицо (Элизу) в ее присутствии, то есть нарушают один из постулатов максимы качества; вместе с тем отклоняются от темы, то есть придерживаются максимы релевантности и манеры. Однако в КА не соблюдается принцип вежливости.

Собеседники нарушают максимы симпатии, тактичности, великодушия и скромности, поскольку всячески восхваляют себя, не обращают никакого внимания на Элизу. Чтобы этот КА был успешным, Хиггинс и Пикеринг должны были по крайней мере хотя бы поблагодарить Элизу за то, что она так хорошо держалась на приеме и помогла выиграть пари.

7. Классы РА указано в тексте.

8. КА вряд ли можно назвать успешным, поскольку собеседники грубо нарушили принцип вежливости, и в дальнейшем этот промах приводит к конфликтной ситуации (Элиза покидает дом Хиггинса и т.д.).

5.5. Ролевые игры

5.5.1. Конкретизируйте элементарные компоненты коммуникативных ситуаций (адресант, адресат, тема и проблема сообщения, место и продолжительность общения, количество коммуникантов), где были бы уместными приведенные ниже утверждения.

1. Факты – это воздух ученого. Без них вы не сможете подняться (И.П. Павлов).

2. Никогда не думайте, что вы уже все знаете. И как бы высоко ни оценивали вас, всегда имейте мужество сказать себе: я – невежда (И.П. Павлов).

3. Именно умение выслушивать совет говорит об уме (Б. Грасиан).

4. Лучше соперничать с порядочными, чем побеждать подлых (Б. Грасиан).

5. Мудрый человек ценит всех, ибо замечает в каждом хорошее и знает, как трудно сделать хорошо (Б. Грасиан).

6. Упражнения рождают мастерство (Тацит).

5.5.2. Спрогнозируйте по каждой теме ролевой игры и по ключевым тезисам двух наиболее вероятных ее участников (возраст, образование, пол, профессия, опыт, должность, характер, темперамент), задачи которых в каждой игре такие: для первого – расспрашивать о теме и о ее проблеме, выявлять сомнение; для второго – отвечать на вопросы, разъяснять понятие, обосновывать мысли, аргументировать и детализировать информацию, чтобы убедить первого участника.

Определите в контексте задач содержание избранных ролей (первый участник, второй участник), особенности социально-ролевых взаимоотношений и разыграйте диалоги до 10 минут.

Тема 1. Человек, язык, общество

Ключевые тезисы:

1. Слово сделало нас людьми (И.П. Павлов).
2. Сущность человека коренится в языке (М. Хайдеггер).
3. Нет ничего сильнее слова (Менандр).

Тема 2. Интеллектуальная и языковая культура человека

Ключевые тезисы:

1. Там, где недостает ума, недостает всего (Д. Галифакс).
2. Слова принадлежат веку, а мысли – векам (Н.М. Карамзин).
3. Формальное образование поможет вам выжить. Самообразование приведет вас к успеху (Д. Рон).

Тема 3. Язык и речь

Ключевые тезисы:

1. Язык всегда развивается только в обществе; язык как масса всего произведенного речью не одно и то же, что сама речь в устах народа (В. фон Гумбольдт).
2. Лишь усвоив в возможном совершенстве первоначальный материал, то есть родной язык, мы в состоянии будем в возможном же совершенстве усвоить и язык иностранный, но не прежде (Ф.М. Достоевский).
3. Кто на каком языке думает, тот к тому народу и принадлежит (В.И. Даль).

5.5.3. Смоделируйте ролевые игры (цель, ситуация, круг проблем, роли, задачи), участниками которых являются оппоненты обсуждаемых в диалоге проблем, вытекающих из

предложенных ниже тем и ключевых или полярных по содержанию тезисов.

Тема 1. Профессия

Полярные тезисы:

1. Лучшая профессия – та, которая позволяет больше заработать денег.

2. Лучшая профессия – та, которую любишь (П. Брэгг).

Тема 2. Речь

Ключевые тезисы:

1. Наши лучшие слова – интонации (М.И. Цветаева).

2. Можно языком говорить одно, а лицом и жестами выразить прямо противоположное (И. Ньюто).

5.5.4. Обдумайте концепции предложенных ролевых игр актуальной тематики, выберите роль и выясните цели и сущность социально-ролевых отношений в этих играх, представьте свою роль и тщательно подготовьтесь к ней дома, чтобы на занятиях, взяв активное участие в микро- и макроэтюдах, предусмотреть коммуникативные и речевые девиации.

Тема 1. Монолог, диалог, полилог как формы вербальной коммуникации

Цель игры: углубить знания в пределах обозначенной темы, обеспечить обмен информацией по модели «Докладчик ↔ слушатель(и)», осуществить тренинг коммуникативных умений и навыков.

Ситуация: студенческая научно-практическая конференция «Речевая коммуникация в современном обществе», заседание секции «Формы вербальной

коммуникации», обсуждение доклада (макроэюд продолжительностью до 20 минут).

Роли (участники): студент (докладчик), студенты (слушатели, собеседники) различных факультетов и специальностей, преподаватель.

Задача: студенту (докладчику) – составить четкий план и в соответствии с ним – тезисы доклада, кратко и убедительно выступить (8–10 минут); участникам секционного заседания – ясно сформулировать 2–3 вопроса к докладчику; преподавателю – подвести итоги.

Ключевые понятия темы:

– Специфика диалога: два собеседника (адресант↔адресат), быстрый обмен репликами, четкость и лаконичность реплик, использование паралингвистических средств (жестов, мимики).

– Специфика монолога: коммуникативная инициатива одного, ограниченность во времени, небольшое количество или отсутствие паралингвистических средств, подготовленность высказываний, контроль и управление ими, использование аргументов, устная и письменная формы.

– Специфика полилога: более или менее одинаковое участие в коммуникации всех (более 2-х) ее участников, достаточно высокий уровень спонтанности (неподготовленности) коммуникации, большая амплитуда колебаний смысловой и формальной связей между репликами.

Тема 2. Коммуникация через переводчика

Цель игры: углубить знания по этикету вербального общения, проиллюстрировать требования этикета в общении на переговорах (с участием переводчика), осуществить тренинг коммуникативных навыков и умений.

Ситуация: встреча представителей молодежных организаций (делегаций) различных стран на межгосударственных и деловых переговорах (макрэтнод продолжительностью до 20 минут, язык общения – русский и/или английский, немецкий, французский, испанский).

Роли (участники): переводчик(и), представители молодежных организаций (координатор и приглашенные) различных стран Европы, корреспондент средств массовой коммуникации (радиопрограммы).

Задача: координатору и приглашенным на встречу – определить тему и круг актуальных проблем для обсуждения, очертить позицию представителей каждой молодежной делегации (организации); переводчику(ам) – выполнить свои профессиональные обязанности, соблюсти все действующие нормы этикета; всем участникам встречи – продемонстрировать этикет общения через переводчика; корреспонденту радиопрограммы – осветить актуальность проблемы общения через переводчика, сделав вывод о правах и обязанностях переводчика, этикетные нормы его поведения и речи по традиции и в современных условиях глобализации международных контактов.

Ключевые понятия и термины темы:

– Корреспондент (от лат. «тот, кто отвечает, сообщает») – сотрудник периодической печати, радио, агентства, который готовит сообщение (корреспонденцию).

– Общение – совокупность связей и взаимодействия людей, обществ, субъектов (классов, групп, личностей), в которых происходит обмен информацией, опытом, умениями, мыслями, навыками и результатами деятельности.

– Коммуникация (от лат. «общаюсь с кем-то») – смысловой и идеально-содержательный аспект социального взаимодействия; обмен информацией в различных процессах общения.

– Девиации (лат. de-от и via-дорога) в общении – разнообразные типы коммуникативных неудач, ошибок, оговорок, описок через недостаток языковой/речевой и коммуникативной компетентности участников общения.

– Коммуникативная девиация – сбой в общении из-за недостаточной коммуникативной компетентности адресанта (несоблюдение правил и постулатов коммуникативного кодекса).

– Языковая/речевая девиация – коммуникативная неудача из-за недостаточности языковой/речевой компетентности участников (различные речевые ошибки, неточности, оговорки, описки, связанные со спецификой лексической и грамматической семантики языка общения).

– Коммуникативное «самоубийство» – грубая девиация (ряд девиаций) в общении, которая делает невозможной дальнейшую коммуникацию.

Тема 3. Межкультурная коммуникация

Цель игры: осознать сущность межкультурной коммуникации; углубить знания по речевому этикету, уточнить роль и значение в коммуникации взаимодействия различных культур и языков; сравнить национально-культурную специфику речевого этикета русских, англичан, латиноамериканцев; выявить соблюдение коммуникативных табу, осуществить тренинг коммуникативных умений и навыков.

Ситуация: интервью тележурналиста с иностранными студентами различных высших учебных заведений (макроряд продолжительностью до 25 минут).

Роли (участники): интервьюер (тележурналист), иностранные студенты стран Европы, Азии, Африки, Латинской Америки, которые получают высшее

гуманитарное, медицинское, экономическое, техническое образование.

Задача: интервьюеру (тележурналисту) – определить в рамках темы круг вопросов для иностранных студентов, чтобы выявить этикетные особенности их речи как носителей различных культур, невербальные особенности межкультурной коммуникации, коммуникативные табу, специфику речевого этикета в историческом и временном измерениях и тому подобное. Студентам – объяснить национально-культурные традиции общения, описать универсальные и идиотничные аспекты вербального общения, наглядно представить невербальные особенности общения в их культурах, привести примеры и объяснить причины коммуникативных девиаций в межкультурном общении.

Ключевые понятия и тезисы темы:

– Знание национально-культурной специфики – важная составляющая коммуникативной компетентности носителей других культурно-языковых традиций.

– Межкультурная коммуникация – общение носителей разных культур, которые, как правило, пользуются различными языками.

– Коммуникативная интенция – коммуникативное намерение адресанта (интуитивное или осмысленное), которое определяет внутреннюю программу вещания и способ ее воплощения.

– Языковое табу – запрет в определенной культуре употребления отдельных слов, словосочетаний, языковых выражений.

– Коммуникативное табу – языковые, тематические и контактные запреты в общении.

– Лингвокультурное сообщество – единство этноса, его языка и культуры, которое проявляется в специфике общения.

– Полилингвизм – многоязычие, то есть практическое знание человеком нескольких (многих) языков, активное и нормативное их использование в общении с другими людьми.

– Актуальное членение предложения (высказывания) – структурирование его на тему (известное, данное) и рему (новое, сообщаемое).

– Необходимое условие успешного общения с носителями разных языков и культур – знание национально-культурных символов и стереотипов, умение их правильно использовать.

– Этнический стереотип нельзя отождествлять с национальным.

– Стереотипы этносов могут меняться, а могут стать основой этнических предубеждений.

РАЗДЕЛ 6. ТЕСТЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ «ТЕОРИЯ КОММУНИКАЦИИ»

1. Под коммуникацией в широком смысле понимается:

А. Система, в которой осуществляется взаимодействие.

Б. Процесс взаимодействия.

В. Способы общения, позволяющие создавать, передавать и принимать информацию.

Г. Система, процесс взаимодействия, способы общения, позволяющие создавать, передавать и принимать информацию.

2. Под коммуникацией в узком смысле понимается:

А. Общение, передача информации от человека (группы) к человеку (группе); специфическая форма их взаимодействия в процессе жизнедеятельности с помощью языка и других сигнальных форм связи.

Б. Передача информации от человека (группы) к кибернетической системе.

В. Специфическая форма их взаимодействия в профессиональной деятельности.

Г. Взаимодействие с помощью невербальных форм связи.

3. По Ж. Д'Арси права человека на коммуникацию, включают:

А. Возможность обеспечения материальных условий коммуникации.

Б. Возможность обеспечения и материальных, и духовных условий коммуникации.

В. Возможность обеспечения материальных условий коммуникации и условия для развития рыночных отношений.

Г. Возможность обеспечения исключительно духовных условий коммуникации.

4. Социология изучает:

А. Функциональные особенности общения различных социальных групп, представляющего их взаимодействие.

Б. Передачу и получение смысловой и оценочной информации с целью повышения эффективности жизнедеятельности.

В. Механизм оказания воздействия на определенные сообщества.

Г. Исключительно общение профессиональных групп.

5. Для социолога важно исследование коммуникации как:

А. Познания психологических особенностей взаимодействия субъектов.

Б. Социально обусловленного процесса, в рамках которого формируются индивидуальные и групповые установки коммуникативного поведения.

В. Взаимодействие коммуникативных факторов преимущественно в экономической системе общества.

Г. Определение единиц, категорий и частных функций маркетинговых коммуникаций.

6. Коммуникативные цели – это:

А. Выделение видов коммуникативных систем.

Б. Определение уровней массовой коммуникации.

В. Установление, поддержание взаимосвязей между заинтересованными субъектами.

Г. Формирование совокупности поступков, мероприятий, обеспечивающих достижение превосходства одной группы над другой.

7. В социологии коммуникации:

А. Изучаются только межличностные коммуникации.

Б. Исследуется психологический процесс достижения взаимопонимания между людьми.

В. Всесторонне изучается только массовая коммуникация.

Г. Изучаются все виды социальных коммуникаций с социологической точки зрения.

8. Историю развития коммуникаций хронологически можно рассматривать как:

А. Как стадии коммуникационных революций: 1) изобретение письменности; 2) изготовление печатного станка (эра Гутенберга); 3) внедрение электронных масс-медиа («Третья волна» Э. Тоффлера); 4) развитие интерактивной электронной коммуникации и виртуализация коммуникаций («Четвертая волна» Ф. Шаркова).

Б. Преодоление физических, географических, административно-государственных, цензурных границ.

В. Историческое изучение социальных факторов, обуславливающих влияние массовой коммуникации на формирование общественного мнения.

Г. Переход от межличностных к межгрупповым и массовым формам коммуникации.

9. Социальная коммуникация – это:

А. Взаимодействие в информационном обществе человека с киберсистемами.

Б. Формирование социального знания и оценочных категорий коммуникации.

В. Коммуникации, обусловленные социальными факторами.

Г. Взаимодействие людей, обусловленное целым рядом социально значимых оценок, конкретных ситуаций, коммуникативных сфер и норм общения, принятых в обществе, в данном социуме.

10. Общими условиями функционирования массовой коммуникации являются:

А. Социальная значимость информации, способствующая возникновению, распространению и поддержанию функционирования массовой коммуникации.

Б. Наличие массовой аудитории, социальная значимость информации, наличие соответствующих средств, многоканальность коммуникаций.

В. Наличие соответствующих средств, поддерживающих процесс функционирования массовых коммуникаций.

Г. Многоканальность осуществляемых коммуникаций и вариативность коммуникативных средств.

11. Коммуникативный процесс – это:

А. Процесс получения информации людьми о состоянии природной среды.

Б. Динамическая смена коммуникантов на различных этапах коммуникативного процесса.

В. Процесс взаимодействия между различными субъектами коммуникации, при котором осуществляется обмен информацией, включающий в себя динамическую смену этапов формирования, передачи, приема, расшифровки и использования информации в обоих направлениях при взаимодействии коммуникантов.

Г. Прием и расшифровка информации о состоянии атмосферы.

12. Коммуникативная личность представляет собой:

А. Специфический социальный феномен, исключительно одаренный человек.

Б. Личность, обладающая целым рядом индивидуальных характеристик (коммуникабельность, харизма и др.), способствующих выполнению таких

социально значимых функций как взаимодействие и воздействие.

В. «Коммуникабельный» человек, который резко ограничивает свои действия ради сохранения своих личных секретов.

Г. Личность, имеющая способность быстро устанавливать контакты с нужными людьми.

13. Элементами линейной цепи коммуникации являются:

А. Кодирование, передача сигнала, канал (передаточный механизм), прием и декодирование, обратная связь, помехи и барьеры.

Б. Преобразование сигнала в форму, обеспечивающую оптимальную передачу сигнала по определенному каналу коммуникации.

В. Устное обращение, телефонная и интерактивная (двухсторонняя телесвязь), собрания, митинги, шествия и др.

Г. Передача прием и декодирование сигнала.

14. Аргументация – это:

А. Попытка выяснить причины собственного непонимания или непринятия установок другой стороной.

Б. Приведение примеров из личной жизни для собственного понимания и для убеждения реципиента (сторону, которая принимает информацию).

В. Процесс суждений, приводимых в подтверждение истинности другого суждения (концепции, теории), процедура, служащая обоснованию точки зрения аргументатора.

Г. Перечисление аргументов и фактов, которые в науке выступают как основные факторы разработки научных положений.

15. Под речевой коммуникацией социологами понимается:

А. Речь публичного политика.

Б. Социально обусловленный вид деятельности людей, разговорное общение, в процессе которого происходит обмен мыслями, информацией, эмоциональным переживанием собеседников.

В. Процесс установления и развития контактов между людьми с целью обмена информацией.

Г. Актуализация коммуникативной функции языка в тех или иных речевых ситуациях.

16. Барьеры коммуникации – это:

А. Помехи, мешающие осуществлению контактов и взаимодействию между коммуникатором и реципиентом, препятствующие адекватному приему, пониманию и усвоению сообщений в процессе осуществления коммуникативных связей.

Б. Препятствия, возникающие при применении системного подхода к формированию и изучению моделей коммуникации.

В. Это помехи, мешающие осуществлению информационного процесса в социокультурном контексте.

Г. Это помехи, препятствующие нарушению социальных закономерностей во взаимодействии между коммуникатором и реципиентом.

17. Барьеры коммуникации по характеру действующих помех подразделяются на:

А. Опасные и неопасные.

Б. Желательные и нежелательные.

В. Простые и сложные.

Г. Технические, психологические, психофизиологические, социальные, культурно-национальные.

18. В межличностных коммуникациях:

А. Как отправителем, так и получателем выступают отдельные индивиды; осуществляются непосредственные контакты между субъектами общения.

Б. Отсутствует обратная связь, которая не нужна, так как нет необходимости оказывать регулирующее воздействие на ход общения.

В. Осуществляется одновременное двухстороннее сообщение, что обязательно обогащает мировоззрение участников коммуникации.

Г. Сам процесс коммуникации имеет доминирующую ценность, что позволяет из содержания коммуникации полностью исключить негативные моменты.

19. Межличностная форма коммуникации:

А. Менее формализована, чем массовые коммуникации, содержание и форма определяется исходя из функций массовой коммуникации.

Б. В некоторых случаях формализована в своих проявлениях.

В. Исключает ролевые функции сторон в общении.

Г. Играет главную роль в формировании и социализации личности на противовес массовым формам носит более стандартный, рациональный и инструментальный характер.

20. Какую роль играет информация в коммуникативной системе?

А. Поскольку структура знаний намного сложнее структуры информации не имеет смысла говорить о роли информации в коммуникативной системе.

Б. По своему содержанию социальная информация является совокупностью знаний о состоянии и взаимодействии различных институтов общества и

воздействия общественного сознания на общественную практику.

В. Информация, как комплекс сведений, необходимых для успешного функционирования коммуникативной системы, является основным обязательным элементом любой коммуникативной системы.

Г. Социальная информация – это актуальная для общества и находящаяся в обращении часть знания. Она включает в себя сведения, отражающие объективную и субъективную социальную реальность о процессах, мотивах, чувствах, настроениях, фактах, основанных на интересах и потребностях различных социальных групп.

РАЗДЕЛ 7. ВОПРОСЫ К ЗАЧЕТУ ПО ДИСЦИПЛИНЕ «ТЕОРИЯ КОММУНИКАЦИИ»

1. Понятия «общение», «коммуникация», «речевая деятельность».
2. Основные составляющие коммуникации.
3. Онтологический аспект: биологические, социальные, этнические, психологические факторы коммуникации.
4. Гносеологический аспект: функции коммуникации, единицы коммуникации; категории коммуникации.
5. Коммуникативные революции.
6. Истоки и основные парадигмы социальных коммуникаций.
7. Классическая парадигма коммуникации.
8. Новая коммуникативная стратегия.
9. Теория коммуникативной компетенции.
10. Аудитория и типы коллективного коммуникативного поведения.
11. Коммуникативное пространство и его виды.
12. Что такое коммуникативный акт?
13. Массовые, локальные коммуникации, коммуникации среднего уровня.
14. Виды коммуникации.
15. Функции массовой коммуникации.
16. Средства коммуникации.
17. Представление о коммуникации как о процессе и структуре.
18. Структура межличностной, специализированной и массовой коммуникации.
19. Сущность и функции межличностной коммуникации.
20. Особенности межличностной коммуникации в малых группах.

21. Механизмы и условия, обеспечивающие эффективность межличностной коммуникации.

22. Коммуникации в государственных, коммерческих, общественных структурах, в экономической, социальной, политической и других сферах общественной жизни.

23. Специфика коммуникации в образовании, изобразительном искусстве, архитектуре, танце, музыке, театре, литературе.

24. Простейшие, циркулярные, гомогенные, двухступенчатые, многоступенчатые коммуникации.

25. Различные подходы к моделированию коммуникативного пространства: филологические, социологические, психологические и др.

26. Протекание процесса коммуникации по составным звеньям коммуникативной цепи: коммуникатор, содержание, аудитория.

27. Аргументация в коммуникативном процессе.

28. Доказательство, подтверждение, оправдание, объяснение, интерпретация, возражение как элементы коммуникативного процесса.

29. Целевая аудитория и ключевые сообщения.

30. Личность в системе коммуникации.

31. Понятие языковой личности: вербально-семантический, лингвокогнитивный, мотивационный уровни.

32. Коммуникатор и способы его изучения.

33. Коммуникативные роли и обмен информацией в коммуникативной сфере.

34. Границы коммуникативной сферы.

35. Распространение информации в реальной человеческой среде.

36. Коды в процессе общения.

37. Семиотика как наука о символах. Понятие знака. Типы знаков.

38. Мотивированность действий коммуникантов.

39. Синтактика, семантика, прагматика как основные отношения знаков.

40. Гуманистическая, ритуальная, манипулятивная коммуникация: цели, социально-психологические механизмы.

ГЛОССАРИЙ

Автокоммуникация – внутренний диалог человека с самим собой; общение «Его» и «Alter Ego» лица.

Адресант/автор, говорящий – источник информации; в межличностном общении – лицо, которое инициирует коммуникацию, кодирует свое сообщение средствами языка и/или параязыка и передает адресату (слушателю, читателю, аудитории).

Адресантность сообщения/дискурса, текста – репрезентация личности адресанта (его идей, позиции, мировоззрения) в процессе общения.

Адресат/получатель, реципиент, слушатель, читатель, интерпретатор, аудитория – конечный потребитель сообщения; в межличностном общении – лицо, которое воспринимает сообщение и в соответствии со своим когнитивными стратегиями и конкретными условиями интерпретирует сообщение адресанта.

Активный словарь/лексикон говорящего – совокупность лексических единиц, которые адресант свободно использует в спонтанной речи.

Аргументативный диалог – тип коммуникации, цель которой – повлиять на сознание адресата с помощью языковых выражений, организованных в соответствии с принятыми в определенной культуре и языке принципами убеждения.

Аргументы – мысли и утверждения, истинность которых уже проверено практикой; основа в доказательствах.

Ассерция – компонент смысла сообщения, который не является пресуппозицией и подлежит действию отрицания; утверждение чего-то.

Атмосфера общения – лингвопсихосоциокгнитивные отношения участников коммуникативного акта.

Аудитория – собирательное название читателей, слушателей, зрителей, на которых рассчитано конкретное сообщение адресанта.

Многоязычие – практическое владение человеком несколькими (многими) языками и активное их использование в общении с другими людьми.

Богатство речи – риторический аспект коммуникации, составляющая речевой компетентности адресанта, которая связана с умением применять разнообразные средства языкового кода, избегать повторения однотипных элементов и конструкций, целесообразно использовать синонимичные средства.

Билингв – человек, который активно владеет двумя языками, то есть в случае необходимости легко использует их в общении.

Билингвизм – способность лица или группы лиц пользоваться поочередно двумя языками для обеспечения коммуникативных потребностей.

Вербальная коммуникация – целенаправленная психолингвоментальная деятельность участников общения с помощью языкового кода, результатом которой является информационный обмен, взаимовлияние и тому подобное.

Вербальная реакция – использование речевого действия как реакции на стимул (речевой или другой).

Вербальный контакт – фрагмент коммуникативного процесса, который ограничен началом и концом вербального взаимодействия двух или больше коммуникантов на пересечении осей времени и места.

Вербальные компоненты – средства языкового кода, то есть слова, словосочетания, предложения (сообщения), тексты, с помощью которых передается информация в коммуникации.

Внутренняя речь – особый тип неформленной в звуках, паралингвистических средствах или графических знаках речевой деятельности, для которой характерна значительная свернутость грамматической структуры и содержания; это вещание для себя, средство автокоммуникации.

Внутренние ресурсы личности говорящего – *когнитивные* (познавательные) умения чувствовать окружающий мир, задавать вопрос, обосновывать свое понимание проблемы, вступать в диалог или дискуссию, делать выводы; *креативные* (творческие) как умения проявлять гибкость ума, фантазию, вдохновение, иметь свой взгляд, проявлять инициативу, нестандартность, неординарность; *оргдеятельностные* – умения ставить цель и обеспечивать ее достижение, программирование действий, самоанализ и самооценка; *коммуникативные* как способность взаимодействовать с другими субъектами и с окружающим миром.

Гендер – 1) набор языковых/речевых конструкций мужчин и женщин с учетом исторической, социальной и функциональной обусловленности; 2) социально-биологическая характеристика, с помощью которой подаются определения понятий «женщина» и «мужчина».

Гендерный стереотип – представление людей о том, как типично ведут себя мужчины и женщины в коммуникации.

Девииции в общении – различные типы коммуникативных неудач, ошибок, оговорок, описок, провалов, связанные с языковой и коммуникативной компетентностью участников общения; базовая категория теории коммуникации.

Дедуктивный способ мышления – способ мышления, при котором отдельные положения логически выводятся из общих положений: аксиом, постулатов, законов.

Дейксис – указание в процессе общения с помощью средств речевого кода на участников коммуникативного акта, предмет речи, степень его удаленности, временную и пространственную локализацию и тому подобное.

Дейктические движения в коммуникации – жесты, с помощью которых говорящий (адресант) указывает на определенный объект; осуществляются пальцем, рукой, качанием головы, направлением взгляда.

Декларатив – тип речевого акта, иллюкутивной целью которого является установление соответствия между пропозициональным содержанием сообщения и реальностью.

Декодирование – перевод адресатом содержания полученного речевого сообщения в привычные личностные смыслы.

Демократический тип личности – личность, которая в профессиональной и деловой сферах инициирует и поддерживает товарищеский тон общения, предпочитает распоряжение в форме предложений, поощрений и советов, склоняется к необходимости сотрудничества для принятия самого конструктивного решения.

Денотат – предметная отнесенность знаков языкового кода коммуникации, совокупность объектов (в широком смысле слова), которые могут именоваться определенной единицей языкового кода или языковым выражением.

Дефиниция – средство фиксации и толкования значения (семантики) слова, возможное средство его терминологизации, мыслительная логическая операция, раскрывающая сущность понятия; определение, толкование.

Диглоссия – параллельное использование в коллективе двух языков или двух форм существования языка (диалектов и литературного языка), двух литературных языков.

Директив – тип речевого акта, иллюкутивной целью которого является заставить адресата выполнить определенное действие.

Дискурс – тип коммуникативной деятельности, интерактивное явление, речевой поток, имеющий различные формы проявления (устную, письменную, паралингвистическую), происходит в рамках конкретного канала общения, регулируется стратегиями и тактиками участников; синтез когнитивных, языковых и внеязыковых (социальных, психических, психологических, ментальных) факторов, которые определяются конкретным кругом «форм жизни», зависимых от тематики общения, имеет своим результатом формирование различных речевых жанров.

Дискурсивная категория – самое инвариантное парадигмальное свойство дискурса как интерактивного явления и его результата – текста.

Дискурсивное сознание – фрагмент в сознании участников общения, который включает знание о правилах речевой коммуникации, ее процедуры, этикет, интенцию, ситуативные знания дискурса и некоторые другие, необходимые для не deviантного создания дискурсов и их составляющих.

Диалогичность – то, что и дискурсивность; комплекс коммуникативно-прагматических факторов, которые формируют специфику диалога: связность реплик, их ситуативную зависимость.

Диалоговая коммуникативная среда – совокупность языковых и внеязыковых (психологических, социальных, ролевых, возрастных, гендерных) факторов, а также

тональность и атмосфера, при которых происходит коммуникация.

Диалоговые модели – разрабатываемые в теории коммуникации и в искусственном интеллекте модели, которые воспроизводят функциональные механизмы речевого общения (интеракции).

Деловая игра – учебный прием моделирования самых профессиональных и других ситуаций с целью речевой коммуникации.

Жест – составляющая паралингвистических средств общения, в частности кинесики; выразительное движение пальцев, рук в коммуникации; в случаях осознанного употребления служит для трансляции информации, эмоций, психических состояний, желаний; в случаях неосознанного употребления несет информацию о психическом состоянии говорящего; жесты имеют социальные и национально-культурные особенности.

Законы общения/коммуникативные законы – понятия, в которых находят свое отображение имплицитные основы коммуникации, то есть то, что происходит между участниками общения; они независимы от конкретных условий и коммуникативной ситуации – реализуются независимо от того, кто общается, с какой целью.

Идиолект – совокупность формальных и стилистических особенностей, свойственных речи отдельного носителя языка.

Идиома – 1) фразеологическая единица; 2) речевой оборот, характерный для определенного языка и не переводимый дословно на другой язык.

Идиостиль – неповторимый способ общения, который присущ отдельной личности; совокупность языковых и внеязыковых составляющих факторов речевой и

коммуникативной компетентности отдельного носителя языка и культуры.

Иллокутивная сила – прямо выраженное или скрытое намерение адресанта как функция речевого акта.

Иллокутивный акт – ключевая категория теории речевых актов, одна из трех составляющих речевого акта (локутивного + иллокутивного + перлокутивного актов), что является прагматичным компонентом высказывания и отражает коммуникативную цель и интенцию (намерение) говорящего.

Иллокуция – воплощение в высказывании, порождаемое в процессе речевого акта, определенной коммуникативной интенции, коммуникативной цели, что предает высказыванию конкретную направленность.

Имплицитурсы речевого общения – прагматические компоненты содержания сообщений речевых жанров, дискурсов, которые выводятся адресатом из контекста общения благодаря знанию коммуникативных принципов, постулатов и конвенций общения.

Импликация – логическая операция, связывающая два высказывания в одно сложное и, как правило, в языке соответствует конструкции с союзом «если..., то...».

Имплицитный смысл информации – неявный, скрытый смысл, который выводится слушателем (читателем) со значений языковых единиц под влиянием конкретной ситуации и контекста общения.

Импринтинг – психологический феномен запоминания определенной информации под влиянием внешнего стимула, который запускает механизмы памяти участников общения.

Интеракция – обозначение фиксированной последовательности иллокутивно связанных речевых актов; категория теории диалога.

Инференция – восстановление скрытой информации благодаря имеющимся в тексте сведениям.

Информатив – речевой акт, с помощью которого говорящий информирует всех участников полилога о том, что иллокутивный акт он осуществляет одновременно относительно всех участников коммуникации.

Информативность коммуникации – категория дискурса, которая отражает взаимодействие информационных пространств всех составляющих дискурса и обогащает когнитивные базы участников.

Канал коммуникации – «мостик», который строит адресант и адресат; средства, с помощью которых передается сообщение.

Качество речи – общее понятие риторической составляющей общения; коммуникативно важная составляющая содержательного и формального аспектов устной и письменной речи, которая включает правильность, точность, логичность, выразительность, богатство, уместность и другие аспекты применения средств языкового кода.

Квинтэссенция сообщения – основа, сущность, самое важное, самое главное в сообщаемой информации.

Кинема – структурная единица кинесики как мимического (жестикуляционного) языка.

Кинесика – код жестов и движений; движения, которые воспринимаются коммуникантами с помощью зрения: жесты, мимика, положение тела, почерк и тому подобное.

Когезия – соединение; особые разновидности связи, обеспечивающие логическую последовательность, временную и/или пространственную взаимозависимость отдельных сообщений, фактов, действий.

Когнитивная функция языка – мыслительная, ментальная, гносеологическая функция языка, т.е.

использование языка в процессах мышления и обмена мнениями, в процессе познания действительности.

Код – совокупность сигналов, передаваемых как правило, одним средством/каналом.

Кодификация – нормализация языка; разработка системы правил использования единиц языка, упорядочение их и систематизация как нормативных в грамматиках, справочниках, словарях литературного языка с целью дальнейшего распространения.

Кодирование информации – воплощение замысла (интенции) адресанта в средства конкретного языка по законам его функционирования; переход от личностных смыслов адресанта к их воплощению в общепринятые значения единиц языкового кода.

Комиссив – тип речевого акта, иллюкутивной целью которого является возложение на адресанта обязательства выполнить определенные действия в будущем или придерживаться определенной линии поведения, быть ответственным.

Компоненты коммуникации – важнейшие составляющие коммуникативного акта, а именно: адресант, адресат, канал коммуникации, код, контакт, обратная связь, коммуникативный шум, контекст и ситуация общения.

Коммуниканты – лица, которые участвуют в коммуникации и общении: в диалоге – адресант (говорящий) и адресат (слушатель), в полилоге – адресанты, адресаты; участники коммуникативного акта; базовая категория теории коммуникации.

Коммуникативистика – общая теория коммуникативных систем; наука, изучающая системы средств и гуманитарных функций массовых информационных связей, которые осуществляются на разных этапах цивилизации с

помощью различных языков, а также вербальных и невербальных средств.

Коммуникативная грамотность – совокупность коммуникативных знаний, умений и навыков человека, которые позволяют ему эффективно общаться в устной и письменной форме; знание законов, правил и средств эффективной устной и письменной коммуникации.

Коммуникативная девиатология – раздел теории коммуникации, который изучает причины и механизмы различных типов неудач в общении.

Коммуникативная девиация – сбой в общении, недостижение перлокутивного эффекта, причиной чего является недостаточная коммуникативная компетентность адресанта, прежде всего несоблюдение правил, постулатов, конвенций коммуникативного кодекса; связана со спецификой коммуникативной семантики и прагматическими факторами.

Коммуникативное действие – единица описания коммуникативного поведения участников общения, отдельный речевой акт, реплика, невербальный сигнал, комбинация вербальных и невербальных средств и т.д. в пределах определенного коммуникативного параметра.

Коммуникативная инициатива – комплексное понятие процесса межличностного общения; стремление участников к такому использованию компонентов коммуникативного акта, доминирование которых обеспечило бы полное воплощение стратегий общения и достижение коммуникативной цели.

Коммуникативная интенция – категория лингвистической прагматики и теории речевых актов; коммуникативное намерение адресанта, которое определяет внутреннюю программу вещания и способ ее воплощения; базовая категория теории коммуникации.

Коммуникативная компетентность – система знаний о нормах и правилах речевой коммуникации, состоящая из знания моделей коммуникативного поведения, знания языкового этикета, шаблонов общения; набор коммуникативных стратегий и умение их реализовывать в соответствующих условиях и с различными коммуникантами; базовая категория теории коммуникации.

Коммуникативная лингвистика – раздел и одновременно новое направление современной динамично и антропоцентрически ориентированной науки о языке, предметом которой является процесс общения людей с использованием «живого» естественного языка, а также с учетом всех имеющихся составляющих коммуникации (физических, физиологических, психологических, социальных, контекстных, ситуативных и др.).

Коммуникативная цель – цель коммуникативного акта (например, информирование, достижение согласия, кооперации, умышленное создание недоразумения, эскалация напряженности и т.п.); запланированный адресантом стратегический результат, на который направлено общение; категория теории коммуникации.

Коммуникативная черта – отдельная черта коммуникативного поведения, которая выделяется как релевантная для описания в условиях сопоставления коммуникативных культур или особенностей коммуникативного поведения индивидов и языковых групп.

Коммуникативное поведение – поведение индивида в процессе общения, которое регулируется коммуникативными нормами и традициями, которых он как участник общения придерживается; базовая категория теории коммуникации.

Коммуникативная позиция – отношение говорящего к речевому продукту, которое транслируется во время вербального взаимодействия; коммуникативная роль,

которую подсознательно выполняет каждый из участников общения.

Коммуникативная роль – относительно постоянная, внутренне связанная и ожидаемая другими система коммуникативных (в частности, речевых) поступков индивида, которая в значительной степени определена его социальным статусом, возрастными, гендерными и другими факторами; базовая категория теории коммуникации.

Коммуникативная ситуация – конкретная ситуация общения, в которую входят партнеры коммуникации и которая побуждает ее участников к межличностной интеракции; коммуникативная ситуация определяет речевое поведение, способы реализации коммуникативной интенции (стратегию, тактику коммуникации).

Коммуникативная стратегия – правила и последовательность коммуникативных действий, которые придерживается адресант для достижения указанной коммуникативной цели.

Коммуникативная тактика – совокупность приемов и методов реализации коммуникативной стратегии, определенная линия речевого поведения на определенном этапе коммуникативного взаимодействия.

Коммуникативная функция языка – функция языка как универсального средства общения; категория теории коммуникации.

Коммуникативность – основной признак человека и фактор развития общества.

Коммуникативное табу – общее понятие, объединяющее речевые, тематические и контактные запреты, которые накладываются на общение в определенных культурах; категория межкультурной коммуникации.

Коммуникативный акт – процесс, который происходит в определенном месте на пересечении осей

пространства и времени между адресантом и адресатом, результатом чего является дискурс (текст), коммуникативное событие; базовая категория теории коммуникации.

Коммуникативный код – язык или его разновидности (диалект, сленг, стиль), а также неречевые средства, которые используют участники коммуникативного акта.

Коммуникативный кодекс – система принципов, правил и конвенций общения, которые регулируют речевое поведение участников коммуникации и основываются на определенных категориях и критериях.

Коммуникативный конфликт – столкновение коммуникативных стратегий адресанта и адресата, которое делает невозможным их общение.

Коммуникативный потенциал – механизм коммуникативной направленности и предпосылка коммуникативного успеха; базовая категория теории коммуникации.

Коммуникативный процесс – общее понятие, которое обозначает акт передачи (трансляции) информации от адресанта к адресату в пределах коммуникативного акта; базовая категория теории коммуникации.

Коммуникативный шум – различные формы нарушений и/или деформации сообщений, которые затрудняют процесс передачи или восприятия информации.

Коммуникативный этикет – куртуазный (изящно вежливый, любезный) аспект общения; соблюдение принципа этикетности в коммуникации.

Коммуникативный эффект – действенность коммуникативного акта, то есть соответствие между коммуникативной интенцией и речевым актом или его результатами; базовая категория теории коммуникации.

Коммуникативные имплицатуры – прагматические компоненты содержания высказываний в речевых актах,

которые выводятся слушателем с помощью принципов и правил речевого общения.

Коммуникативные потребности – особый вид потребностей, которые побуждают вступать в речевое общение с целью решения вербальных и невербальных проблем.

Коммуникативные ресурсы – совокупность речевых и неречевых действий коммуникантов в пределах вербального контакта, которые направлены на достижение коммуникативной цели.

Коммуникация – 1) один из модусов существования человека и социума (наряду с языком и вещанием); 2) смысловой и идеально-содержательный аспект социального взаимодействия, общения; операции с информацией в общении; составляющая общения наряду с перцепцией и интеракцией; в широком смысле – общение личностей с помощью языковых и паралингвистических средств с целью передачи информации; базовая категория теории коммуникации.

Логичность речи – последовательное и неоспоримое высказывание, которое не вызывает смысловых недоразумений.

Локутивный акт – один из трех составляющих речевого акта (наряду с актами иллюкутивными и перлокутивными), который устанавливает связь сообщения с действительностью (то есть определяет его смысл и референцию).

Локуция – построение фонетически и грамматически правильного высказывания средствами определенного языка, которое имеет определенный смысл и референцию.

Максимы общения – имплицитные правила ведения диалога, которые выделяются в пределах принципов общения.

Манера общения – индивидуальные особенности языка/речи, жестикуляции, мимики при общении.

Массовая коммуникация – исключительно большая по сфере распространения синхронная языковая коммуникация (общение с аудиторией, которая составляет 1000 и более лиц), орудиями которой является пресса, радио, кино, телевидение, интернет и тому подобное.

Метакоммуникация – часть вербальной коммуникации, которая направлена сама на себя (разные аспекты самоорганизации общения).

Межкультурная коммуникация – общение носителей различных культур, которые, как правило, коммуницируют на разных языках.

Межличностная коммуникация – взаимный обмен субъективным опытом людей, которые находятся в пространственной близости, имеют возможность видеть, слышать, прикасаться друг к другу, легко обеспечивать обратную связь.

Мимика – выразительные движения лица; дополнительное невербальное средство выражения и восприятия эмоционального состояния человека; одна из важнейших составляющих кинесики.

Митигация – коммуникативная стратегия адресанта, направленная на создание максимально комфортной атмосферы общения.

Модели коммуникации – схемы, в которых представлен процесс коммуникации.

Модели порождения речи – схемы, в которых представлен процесс порождения речи адресантом.

Монолингв – человек, знающий и пользующийся исключительно одним языком.

Невербальная коммуникация – взаимодействие между участниками общения с помощью невербальных

(паралингвистических) средств: мимики, жестов, взгляда, движений.

Невербальные системы коммуникации – разнообразные средства, в которых воплотилось желание людей зафиксировать и передать информацию о мире, который окружает, с помощью различных средств и символов (вышивание, плетение, орнамент, одежда, прически, татуировки), а также с помощью дыма, звуков барабанов, дисковой сигнализации, азбуки Брайля и тому подобное.

Некоммуникабельность – неумение или неполное умение управлять социальными аспектами речевого общения.

Неконвенциональные действия коммуниканта – действия, которые осуществляются коммуникантом на свое усмотрение.

Окулесика – наука о языке глаз как невербальном способе общения, о смыслах, выражающихся и передающихся глазами, о визуальном поведении людей в коммуникации.

Ольфакторика – наука об ароматах, запахах, что используются в коммуникации (духи, косметика).

Открытое предложение – предложение в коммуникативном контексте, понимание которого является невозможным без обращения к контексту и дополнительным знаниям о ситуации общения.

Память (в коммуникации) – процесс хранения воспринятой информации с целью дальнейшего ее использования в общении, конкретных действиях и тому подобное.

Паралингвистика – раздел науки о языке, который изучает роль паралингвистических средств, кинесики, проксемики и их связей с вербальными средствами в общении.

Паралингвистические средства – неречевые средства коммуникации (кинесика, проксемика, окулесика, ольфакторика, средства других семиотических систем).

Пассивный словарь (лексикон) говорящего – совокупность лексических единиц, понятных носителю языка, но им не употребляемых в спонтанной речи.

Перлокутивный акт – один из трех составляющих коммуникативного акта (наряду с актами локуции и иллюкуции), связанный с результатом (ожидаемым или достигнутым) воздействия на адресата иллюкутивной силы сообщения; базовая категория теории коммуникации.

Перлокутивный эффект – достижение адресантом с помощью речевых актов определенной иллюкуции, адекватной своей коммуникативной цели реагирования адресата.

Перлокуции – последствия воздействия иллюкутивного акта на конкретный адресат.

Принципы коммуникативного кодекса – принцип кооперации (взаимное оперирование информацией при вербальном контакте) и принцип вежливости (создание атмосферы взаимопонимания).

Принципы общения – общие требования ко всем участникам общения в пределах коммуникативного акта: кооперации (сотрудничества) и вежливости (этикетности).

Продуцирование – один из основных процессов речевой деятельности, который состоит из планирования и реализации вещания звуками и графическими знаками.

Продуцирование речи – процесс, когда на основании приобретенных знаний отбирают нужные языковые единицы и используют их с учетом содержания речи, ситуации общения.

Проксемика – восприятие и использование пространства в коммуникации; пространственные

взаимоотношения людей в процессе общения: расстояние между говорящими, расположение рабочих мест.

Просодика речи – совокупность фонетических суперсегментных характеристик речи (высота тона, громкость, долгота, частота, интенсивность и т.д.).

Псевдокоммуникация – речевое действие лица, которое внешне напоминает интеракцию, но на самом деле ею не является (например, «разговор» с растениями, ламентации (жалобы), направленные в пространство и др.).

Реплика – отдельное сообщение лиц, которые участвуют в диалоге; составляющая диалога, которая принадлежит одному из участников коммуникации.

Ситуативный контекст общения – обстоятельства, при которых происходит общение: место, время, личность партнера (партнеров), социальные роли участников.

Словесно-логическая память – память на мысли, слова.

Слушание – аудирование, вид речевой деятельности, цель которой – понять звуковое вещание; активный процесс отбора звуковых сигналов в коммуникации, включая аспекты: восприятие слухом, внимательность, понимание и запоминание.

Социальная роль (в коммуникации) – коммуникативное поведение человека, которое обуславливается его социальным статусом, происходит по определенным правилам (нормам), принятым в обществе, и ожидается другими участниками общения.

Социально ориентированное общение – общение людей как представителей определенных групп (национальных, возрастных, профессиональных, статусных и т.д.); определяющим фактором в таком общении является ролевая позиция.

Стиль общения – индивидуальная стабильная форма коммуникативного поведения человека, которая выявляется в любых условиях общения: в деловых и личностных отношениях, в способах принятия и осуществления решений, в приемах психологического воздействия на людей, в методах решения межличностных и индивидуальных конфликтов.

Стратегия речевого общения – оптимальная реализация интенций говорящего для достижения конкретной цели общения, то есть контроль и выбор эффективных шагов общения и гибкого их видоизменения в конкретной ситуации.

Суггестия – особый вид психического (вербального и невербального) эмоционально окрашенного воздействия на психику человека с целью создания у нее определенного состояния, настроения, побуждение к определенному действию.

Сфера общения – взаимосвязанный комплекс ситуаций и тем общения, видов речевой деятельности, который обусловлен потребностями коммуникации; «зоны» коммуникации, которые исторически сложились и отличаются мотивами, целями, формами и средствами языкового кода; принято выделять такие сферы общения, как научно-образовательная, профессионально-производственная, учебно-профессиональная, социально-бытовая, социально-культурная, общественно-политическая.

Такесика – невербальная коммуникация, которая связана с тактильной системой восприятия; включает прикосновения: пожимание рук, поцелуи, поглаживания, объятия.

Текст – результат общения, его структурно-речевая составляющая и одновременно конечная реализация; структура, в которую воплощается «живой» дискурс по своему завершению.

Текстовый имплицитный смысл – информация, передача которой соответствует явным коммуникативным намерениям адресанта.

Теория речевых актов – логико-лингвистическая теория, в рамках которой изучается прагматика и структура речевых актов как составляющих сообщений.

Теория речевой деятельности – методологическая основа коммуникативной лингвистики и психолингвистики и одновременно прогрессивное направление в исследовании языка; рассматривает речь как активную, целенаправленную и мотивированную деятельность, ее функции, мотивы, связь с мышлением, процессы продуцирования и восприятия сообщений дискурсов (текстов), механизмы речи, виды и типы речи, соотношение языка, речи и коммуникации, а также процессы овладения родным и иностранным языками.

Трансакционный анализ коммуникации – анализ общения с точки зрения выявления того, из каких позиций собеседники употребляют конкретные реплики в диалогах.

Фатическое общение – речевое взаимодействие, направленное на то, чтобы высказаться и почувствовать понимание, то есть поддержку в разговоре.

Фатический диалог – диалог, который направлен на длительное общение, в поддержку речевого контакта в случае отсутствия существенного информационного обмена, то есть без углубления в содержание сообщений, которыми обмениваются собеседники, а только благодаря их инициированию и реагированию на контактоустановительные и контактоподдерживающие реплики.

Фильтры коммуникации – социальные, культурные, психологические и другие ограничения на информацию в коммуникации (цензура, запреты, табу, недоверие со стороны адресата и тому подобное).

Формальное общение – общение незнакомых или недостаточно знакомых людей, в частности, с лицами, занятыми выполнением служебных обязанностей (с врачом в поликлинике, администратором в гостинице).

Формы речевого общения – типы интеракции, выделенные в зависимости от неязыковых составляющих коммуникации: формы воплощения средств языкового кода, способа взаимодействия между участниками, специфики каналов, функций и содержания сообщений сферы общения.

Функции общения – важнейшие способы использования межличностной интеракции в обществе: контактная, информативная, побудительная, координатная, познавательная, эмотивная, установления отношений, влиятельная и некоторые другие.

Хезитация – разновидность паузы, вызванная обдумыванием возможных вариантов продолжения вещания, поиском нужного элемента языкового кода, перестройкой структуры сообщения в процессе вербализации и тому подобное.

Хронемика – время, которое влияет на ход общения (хезитация, ожидание начала, проведенное в общении время).

Эвокативность – способность сообщения дискурса, текста вызвать в сознании адресата значительное количество ассоциаций.

Эвфемизмы – эмоционально нейтральные слова или выражения, которые употребляют вместо синонимических им слов или выражений, которые кажутся говорящему непристойными, грубыми или бестактными.

Экзегетика – философско-методологическое (и религиозное) учение, в основе которого – изучение интеракции религиозных текстов с учетом контекста, при котором эти тексты создавались.

Эксплицитная информация в коммуникации – явный, выраженный смысл, который прямо, непосредственно воспринимается коммуникантами со значений составляющих речевого кода.

Экспрессив – тип речевого акта, иллокутивной целью которого является экспликация психологического состояния адресанта, его отношение к тому, о чем он сообщает адресату.

Экспрессия речи – насыщенность сообщений языковыми и внеязыковыми средствами выражения субъективного отношения адресанта к адресату или содержанию коммуникации, их оценке.

Экстралингвистические факторы – внеязыковые факторы, касающиеся внеязыковой действительности, в рамках которой разворачивается коммуникация, развивается и функционирует язык.

Эллиптические предложения – предложения с полной информативной семантикой, но неполной реализацией их структурной схемы.

Элоквенция – красноречие.

Энтропия сообщения – упрощение части информации на пути от говорящего к слушателю.

Этнотекст – текст, языковой код которого является родным для автора-носителя конкретных этнокультурных черт; категория межкультурной коммуникации.

Ясность речи – характеристика речи, устанавливаемая на основе соотнесения ее с возможностями восприятия, то есть вещание, которое легко воспринимается адресатом.

СПИСОК РЕКОМЕНДОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

ОСНОВНАЯ ЛИТЕРАТУРА:

1. Войтик Н.В. Речевая коммуникация : учебное пособие для вузов / Н.В. Войтик. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : Издательство Юрайт, 2017. – 125 с.

2. Гавра Д.П. Основы теории коммуникации : учебник / Д.П. Гавра. – М. : Юрайт, 2017. – 282 с.

3. Дзялошинский И.М. Деловые коммуникации. Теория и практика : учебник для бакалавров / И.М. Дзялошинский, М.А. Пильгун. – Люберцы : Юрайт, 2016. – 433 с.

4. Зарецкая Е.Н. Риторика. Теория и практика речевой коммуникации : монография / Е.Н. Зарецкая. – М. : Проспект, 2016. – 472 с.

5. Москвин В.П. Риторика и теория коммуникации: Виды, стили и тактики речевого поведения / В.П. Москвин. – М. : КД Либроком, 2015. – 218 с.

6. Чамкин А.С. Основы коммуникологии (теория коммуникации) : учебное пособие / А.С. Чамкин. – М. : Инфра-М, 2018. – 384 с.

ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ЛИТЕРАТУРА:

1. Белая Е.Н. Теория и практика межкультурной коммуникации : учебное пособие / Е.Н. Белая. – М. : Форум, НИЦ Инфра-М, 2013. – 208 с.

2. Викулова Л.Г. Основы теории коммуникации : практикум / Л.Г. Викулова, А.И. Шарунов. – М. : АСТ : Восток-Запад, 2008. – 318 с.

3. Гнатюк О.Л. Основы теории коммуникации : учебное пособие для студентов высших учебных заведений / О.Л. Гнатюк. – М. : КноРус, 2010. – 255 с.

4. Голуб О.Ю. Теория коммуникации : учебное пособие / О.Ю. Голуб. – М. : Дашков и К., 2012. – 388 с.
5. Гуськова С.В. Основы теории коммуникации / С.В. Гуськова. – М. : Флинта, 2013. – 78 с.
6. Евгеньева Т.В. Психология массовой политической коммуникации : учебник и практикум для вузов / Т.В. Евгеньева, А.В. Селезнева. – М. : Юрайт, 2017. – 299 с.
7. Каменева В.А. Теория коммуникации (прагматический аспект) : учебное пособие / В.А. Каменева. – Кемерово : Кемеровский государственный университет, 2013. – 168 с.
8. Кашкин В.Б. Введение в теорию коммуникации : учебное пособие / В.Б. Кашкин. – Воронеж : Изд-во ВГТУ, 2000. – 175 с.
9. Кашкин В.Б. Основы теории коммуникации : краткий курс / В.Б. Кашкин. – М. : АСТ : Восток-Запад, 2007. – 248 с.
10. Клюев Е.В. Речевая коммуникация. Успешность речевого взаимодействия : учебное пособие для университетов и институтов / Е.В. Клюев. – М. : РИПОЛ КЛАССИК, 2002. – 320 с.
11. Конечкая В.П. Социология коммуникации : учебник / В.П. Конечкая. – М. : Междунар. ун-т бизнеса и управления, 1997. – 304 с.
12. Коноваленко М.Ю. Теория коммуникации : учебное пособие / М.Ю. Коноваленко. – М. : Юрайт, 2012. – 415 с.
13. Нахимова Е.А. Основы теории коммуникации : учебное пособие / Е.А. Нахимова, А.П. Чудинов. – М. : Флинта, 2015. – 164 с.
14. Нестерова Т.В. Введение в теорию коммуникации. Лекции и практические задания : учебное пособие / Т.В. Нестерова. – М. : Гос. ин-т русского языка им. А.С. Пушкина, 2015. – 267 с.

15. Нестерова Т.В. Введение в теорию коммуникации. Практикум / Составитель и автор заданий Нестерова Т.В. – М. : Икар, 2014. – 289 с.

16. Основы теории коммуникации : учебник / Под ред. проф. М.А. Василика. – М. : Гардарики, 2005. – 615 с.

17. Психология общения: учебник и практикум для академического бакалавриата / Н.А. Корягина, Н.В. Антонова, С.В. Овсянникова. – М. : Изд-во Юрайт, 2016. – 440 с.

18. Садовская В.С. Основы коммуникативной культуры. Психология общения : учебник и практикум для прикладного бакалавриата / В.С. Садовская, В.А. Ремизов. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2019. – 169 с.

19. Сидоров Е.В. Общая теория речевой коммуникации / Е.В. Сидоров. – М. : РГСУ, 2013. – 222 с.

20. Соколов А.В. Общая теория социальной коммуникации : учебное пособие / А.В. Соколов. – СПб. : Изд-во Михайлова В.А., 2002. – 461 с.

21. Шарков Ф.И. Коммуникология: основы теории коммуникации : учебник / Ф.И. Шарков. – М. : Дашков и К, 2009. – 591 с.

22. Шарков Ф.И. Основы теории коммуникации : учебник / Ф.И. Шарков. – М. : Социальные отношения, Перспектива, 2002. – 246 с.

23. Шпаковская С.В. Основы теории коммуникации : учебное пособие / С.В. Шпаковская, В.О. Шпаковский. – Пенза : Пензенский государственный университет, 2006. – 83 с.

24. Яшин Б.Л. Культура общения: теория и практика коммуникаций : учебное пособие / Б.Л. Яшин. – М. ; Берлин : Директ-Медиа, 2015. – 243 с.

Учебное издание

ЗАЙЦЕВА Анна Владимировна

Теория коммуникации

Учебно-методическое пособие

В авторской редакции

Подписано в печать 31.03.2021. Бумага офсетная.

Гарнитура Times New Roman.

Печать ризографическая. Формат 60×84/16.

Усл. печ. л. 6,63. Тираж 50 экз. Заказ № 38.

Издатель ГОУ ВО ЛНР «ЛГПУ»

«Книга»

ул. Оборонная, 2, г. Луганск, ЛНР, 91011.

Т/ф: (0642) 58-03-20

e-mail: knitaizd@mail.ru