

Документы
Информация о владельце: "Самарский государственный экономический университет"
ФИО: Кандрашина Елена Александровна
Должность: И.о. ректора ФГАОУ ВО «Самарский государственный экономический университет»
Дата подписания: 15.09.2026 12:32:20
Уникальный программный ключ:
2db64eb9605ce27edd3b8e8fdd32c70e0674ddd2

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) «ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА КОММУНИКАЦИЙ»

Уровень высшего образования: бакалавриат

Направление подготовки: 42.03.05 Медиакоммуникации

Направленность (профиль) подготовки: Медиакоммуникации

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Форма обучения: очная

Год набора (приема на обучение): 2026

Срок получения образования: 4 года

Объем:
в зачетных единицах: 4 з.е.
в академических часах: 144 ак.ч.

г. Самара, 2026

Разработчики:

Кандидат экономических наук Рахматуллина А. Р.

Рабочая программа дисциплины (модуля) составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.05 Медиакоммуникации, утвержденного приказом Минобрнауки от 08.06.2017 № 527, с учетом трудовых функций профессиональных стандартов: "Специалист по информационным ресурсам", утвержден приказом Минтруда России от 19.07.2022 № 420н; "Специалист по производству продукции телерадиовещательных средств массовой информации", утвержден приказом Минтруда России от 28.10.2014 № 811н.

Согласование и утверждение

№	Подразделение или коллегиальный орган	Ответственное лицо	ФИО	Виза	Дата, протокол (при наличии)
1	Институт маркетинга, логистики и сервиса	Заведующий кафедрой, руководитель подразделения, реализующего ОП	Яхнеева И. В.	Рассмотрено	30.06.2026, № 17

1. Цель и задачи освоения дисциплины (модуля)

Цель освоения дисциплины - формирование результатов обучения, обеспечивающих достижение планируемых результатов освоения образовательной программы

Задачи изучения дисциплины:

- Дать представление о теории коммуникации как о науке, ее месте в системе современного знания, а также о ее видах, формах и уровнях;
- Изучить специфику коммуникаций в различных сферах общественной жизни (политической, межкультурной и др.);
- Научить анализировать коммуникативные проблемы и ситуации, выявлять барьеры и находить способы их преодоления.

2. Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Компетенции, индикаторы и результаты обучения

УК-5 Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах

УК-5.2 Понимает необходимость восприятия и учета межкультурного разнообразия общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах

Знать:

УК-5.2/Зн1 Особенности межкультурного разнообразия общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах

Уметь:

УК-5.2/Ум1 Идентифицировать и учитывать межкультурные различия общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах

Владеть:

УК-5.2/Нв1 Восприятия и учета межкультурного разнообразия общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах

ПК-4 Способен управлять информационными ресурсами

ПК-4.2 Управляет информационными ресурсами

Знать:

ПК-4.2/Зн1 Основные понятия, виды и жизненный цикл информационных ресурсов

Уметь:

ПК-4.2/Ум1 Осуществлять поиск, отбор, верификацию и агрегирование информации из различных источников; применять методы аналитико-синтетической обработки информации

Владеть:

ПК-4.2/Нв1 Владеть инструментами автоматизации сбора, очистки, нормализации и визуализации больших объемов данных. Обладать навыками проектирования структуры информационных систем под конкретные задачи подразделения или проекта

3. Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина (модуль) «Теория и практика коммуникаций» относится к формируемой участниками образовательных отношений части образовательной программы и изучается в семестре(ах): 5.

В процессе изучения дисциплины студент готовится к решению типов задач профессиональной деятельности, предусмотренных ФГОС ВО и образовательной программой.

Компетенция	Предшествующие дисциплины	Последующие дисциплины
ПК-4 - Способен управлять информационными ресурсами		
ПК-4.2 Управляет информационными ресурсами	Коммуникативные функции в искусстве, Консультационный проект, Медиа и культурные практики	Коммуникативные функции в искусстве, Консультационный проект, Медиа и культурные практики, Медиатизация культуры, Медиатизация общества, Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы, Производственная практика: преддипломная практика, Производственная практика: профессионально-творческая практика
УК-5 - Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах		
УК-5.2 Понимает необходимость восприятия и учета межкультурного разнообразия общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	Коммуникативные функции в искусстве, Медиа и культурные практики, Основы российской государственности, Философия	Коммуникативные функции в искусстве, Медиа и культурные практики, Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы, Производственная практика: профессионально-творческая практика

4. Объем дисциплины (модуля) и виды учебной работы

Период обучения	Общая трудоемкость (часы)	Общая трудоемкость (ЗЕТ)	Контактная работа (часы, всего)	Лекционные занятия (часы)	Практические занятия (часы)	Групповая контактная работа (часы)	Индивидуальная контактная работа (часы)	Самостоятельная работа (часы)	Промежуточная аттестация
Пятый семестр	144	4	72	36	36	2	0,3	35,7	Экзамен
Всего	144	4	72	36	36	2	0,3	35,7	34

5. Содержание дисциплины (модуля)

5.1. Разделы, темы дисциплины и виды занятий (часы промежуточной аттестации не указываются)

Наименование раздела, темы	его	кционные занятия	актические занятия	мостоятельная работа

	Вс	Ле	Пр	Сал
Раздел 1. Теория и практика коммуникаций	107,7	36	36	35,7
Тема 1.1. Теория и практика коммуникации как научная и учебная дисциплина	12	4	4	4
Тема 1.2. Коммуникативное измерение всемирной истории. Периодизация и тенденции в развитии коммуникации	12	4	4	4
Тема 1.3. Типы, роды и виды коммуникации. Разнообразие коммуникации в природе и обществе. Мир животных и мир людей: основные различия в познании и коммуникации	12	4	4	4
Тема 1.4. Межличностная коммуникация. Модели коммуникативной личности	12	4	4	4
Тема 1.5. Факторы успешности межличностной коммуникации. Стратегии и тактики коммуникативного поведения	12	4	4	4
Тема 1.6. Речевое воздействие. Конфликт. Теория манипуляции	18	6	6	6
Тема 1.7. Непрямая коммуникация	12	4	4	4
Тема 1.8. Коммуникация в современной социальной сфере	17,7	6	6	5,7

5.2. Контрольные мероприятия по дисциплине

Вид контроля	Форма контроля/Оценочное средство
Текущий контроль	Тестирование
Промежуточная аттестация	Экзамен

№ п/п	Наименование раздела	Вид контроля/ используемые оценочные материалы	
		Текущий	Промежут. аттестация
1	Теория и практика коммуникаций	Тестирование	Экзамен

6. Оценочные материалы текущего контроля

1. Теория и практика коммуникаций Тестирование

№ п/п	Содержание вопроса		Компетенция
		Правильный ответ (ключ ответа)	

1	Выберите один вариант ответа Дисциплина «Теория и практика коммуникаций» рассматривает коммуникативное измерение всемирной истории как: 1. Историю войн и смены политических режимов 2. Историю способов передачи, хранения и производства смыслов 3. Исключительно историю развития печатных станков 4. Процесс постепенного отказа от невербальных сигналов Ответ: 2	ПК-4
2	Выберите один вариант ответа Согласно тексту лекций (раздел о российской специфике), феномен старообрядческих сетей иллюстрирует понимание необходимости учета культурного разнообразия на этапе: 1. Цифровой эпохи 2. Индустриального общества 3. Рукописной традиции при отсутствии единого центра государственности 4. Петровской реформы печати 5. Теледискуссий Перестройки Ответ: 3	ПК-4
3	Выберите один вариант ответа С точки зрения этического контекста коммуникации, использование эвфемизмов в социальной сфере направлено прежде всего на: 1. Намеренное введение граждан в заблуждение ради экономии бюджета 2. Упрощение бюрократической отчетности перед вышестоящими органами 3. Смягчение травмирующей информации для сохранения достоинства («лица») получателя сообщения 4. Увеличение объема текста официального пресс-релиза 5. Демонстрацию высокого уровня образования спикера Ответ: 3	ПК-4
4	Выберите один вариант ответа Какая из перечисленных тенденций напрямую связана с преодолением пространственных границ и формированием глобальной деревни, что требует философского переосмысления локальной идентичности? 1. Демассификация и индивидуализация лент соцсетей 2. Визуализация контента через мемы и короткие видео 3. Преодоление пространства (глобализация) 4. Ускорение времени (компрессия) 5. Алгоритмизация и платформенный контроль Ответ: 3	ПК-4
5	Выберите один вариант ответа В высококонтекстных культурах (к которым относится российская традиция общения) восприятие сообщения невозможно без учета историко-культурного подтекста. Какое утверждение является верным согласно лекции о непрямой коммуникации? 1. Слово «Да» всегда означает полное юридическое согласие сторон 2. Открытый конфликт приветствуется как признак честности 3. Молчание или уклончивые фразы могут означать категорический протест во избежание «потери лица» 4. Личное доверие не имеет значения по сравнению с письменным контрактом 5. Прямота считается высшей формой вежливости в любой ситуации Ответ: 3	ПК-4
6	Установите соответствие Установите соответствие между этапом исторического развития коммуникации и его ключевой социально-философской характеристикой: А. Этап I: Первобытное общество Б. Этап II: Аграрное традиционное общество В. Этап III: Индустриальное общество Г. Этап IV: Постиндустриальное информационное общество 1. Появление асинхронной коммуникации, монополия жрецов на грамотность, возникновение мировых религий 2. Децентрализация, интерактивность (many-to-many), разрушение монополии традиционных СМИ 3. Сакральная функция мифа, цикличность времени, отсутствие формализованного письма 4. Стандартизация знания, формирование национальных государств, превращение знания в товар Ответ: А-3, Б-1, В-4, Г-2	ПК-4
7	Установите соответствие Соотнесите тип культуры (по Э. Холлу) с характерной для нее коммуникативной необходимостью учитывать скрытые смыслы: А. Низкоконтекстная культура Б. Высококонтекстная культура 1. Требуется обязательного чтения подтекста, статусов участников и общего фона; прямой отказ табуирован 2. Опирается на буквальный смысл сказанного («Say what you mean»); спор воспринимается как рабочий инструмент	ПК-4

	Ответ: А-2, Б-1	
8	Установите правильную последовательность Расположите этапы эволюции парадигм научной мысли в теории коммуникации в хронологическом порядке их возникновения (согласно учебно-тематическому плану): 1. Прагматический и системный этап 2. Цифровой этап 3. Процессуально-информационный этап 4. Семиотико-интерпретационный этап Ответ: 3, 4, 1, 2	ПК-4
9	Установите правильную последовательность Определите историческую последовательность технологических рубежей цифровой эпохи, изменивших глобальную коммуникацию: 1. Разработка протокола WWW Тимом Бернерсом-Ли 2. Создание ARPANET 3. Взрывной рост социальных сетей 4. Внедрение алгоритмических лент и генеративного ИИ Ответ: 2, 1, 3, 4	ПК-4
10	Установите соответствие Установите связь между философским/этическим вызовом современности и его определением в тексте лекций: А. Феномен постправды Б. Информационная перегрузка (инфошум) В. Глобализация vs изоляционизм Г. Этика искусственного интеллекта 1. Проблема фильтрации данных и борьба за внимание аудитории вместо поиска истины 2. Использование генеративных моделей для автоматизации общения и создания контента 3. Кризис доверия к традиционным источникам, борьба с дипфейками 4. Столкновение универсальных стандартов и защиты национального информационного суверенитета Ответ: А-3, Б-1, В-4, Г-2	ПК-4
11	Впишите ответ (слово или словосочетание) Назовите одним словосочетанием способность человека коммуницировать о самой коммуникации, обсуждать процесс понимания и намерения собеседника. Ответ: Метакоммуникация	ПК-4
12	Впишите ответ (слово или словосочетание) Назовите одним словом главную проблему современной массовой коммуникации, описанную в лекции как кризис доверия к традиционным источникам и борьба с дипфейками. Ответ: Постправда	ПК-4
13	Впишите ответ (слово или словосочетание) Закончите фразу одним термином из текста: Переход власти от традиционных редакторов СМИ к владельцам технологических платформ и разработчикам рекомендательных алгоритмов называется... Ответ: Платформенный контроль	ПК-4
14	Впишите ответ (слово или словосочетание) Назовите одним словом исторический российский феномен кустарных каналов копирования текстов (пишущие машинки, магнитофоны) для обхода государственной цензуры в СССР. Ответ: Самиздат	ПК-4
15	Впишите ответ (слово или словосочетание) Назовите одним термином концепцию Маршалла Маклюэна, согласно которой развитие средств связи превращает мир в единое социальное пространство. Ответ: Глобальная деревня	ПК-4
16	Впишите ответ (слово или словосочетание) Назовите одним словосочетанием автоматизированные системы сбора данных об упоминаниях бренда в сети, используемые для оперативного реагирования. Ответ: Социальная слушаемость	ПК-4
17	Впишите ответ (слово или словосочетание) Назовите одним термином совокупность звуковых свойств голоса (тембр, высота, громкость), которыми необходимо управлять для эффективной передачи смысла. Ответ: Паралингвистика	ПК-4
18	Впишите ответ (слово или словосочетание) Назовите одним словом процесс использования материальных объектов (одежды, аксессуаров, марки авто) в качестве невербальных информационных ресурсов для трансляции статуса. Ответ: Артефакты	ПК-4
19	Впишите ответ (слово или словосочетание) Назовите одним термином управленческую практику выстраивания гармоничных отношений между организацией и ее публикой, направленную на защиту репутационного ресурса. Ответ: Пиар (или Связи с общественностью)	ПК-4

20	Впишите ответ (слово или словосочетание) Назовите одним словом переход инициативы в распространении информации от традиционных редакций к владельцам цифровых платформ.		ПК-4
	Ответ:	Платформизация	
21	Выберите один вариант ответа В контексте управления информационными ресурсами организации, какой метод эмпирического социологического исследования используется для количественного анализа больших массивов публикаций в СМИ? 1. Глубинное интервью 2. Включенное наблюдение 3. Контент-анализ 4. Фокус-группа 5. Экспериментальные полевые тесты		ПК-4
	Ответ:	3	
22	Выберите один вариант ответа Какой элемент модели Шеннона — Уивера профессиональный коммуникатор должен заблокировать в первую очередь для эффективного управления репутационным ресурсом компании? 1. Источник сообщения 2. Кодировующее устройство 3. Канал связи 4. Шум (искажения) 5. Декодировующее устройство		ПК-4
	Ответ:	4	
23	Выберите один вариант ответа При управлении цифровыми имиджевыми ресурсами специалиста КРП вовлеченности аудитории являются частью: 1. Общенаучных методов моделирования 2. Методологии нейромаркетинговых исследований 3. Практической направленности дисциплины и навыков измерения эффективности 4. Философского категориального аппарата Аристотеля 5. Биологической сигнализации животных		ПК-4
	Ответ:	3	
24	Выберите один вариант ответа Управление восходящими информационными потоками в организации необходимо для получения руководством объективных данных о состоянии дел. Какой канал является основным инструментом такого управления? 1. Приказы топ-менеджмента вниз по иерархии 2. Горизонтальная координация между отделами 3. Отчеты, рацпредложения и результаты анкетирования сотрудников снизу вверх 4. Диагональная проектная работа 5. Внешний PR и взаимодействие со СМИ		ПК-4
	Ответ:	3	
25	Выберите один вариант ответа Для минимизации рисков дезинформации управление корпоративными информационными ресурсами сегодня обязательно включает мониторинг феномена эхо-камер. Что это такое согласно тексту лекций? 1. Технические помехи в спутниковой связи 2. Уникальная новостная картина для каждого пользователя, создаваемая алгоритмом и изолирующая его от альтернативных мнений 3. Официальные государственные каналы вещания 4. Физические переговорные комнаты с хорошей акустикой 5. Архивные хранилища бумажных документов		ПК-4
	Ответ:	2	
26	Установите соответствие Установите соответствие между типом информационных ресурсов в организации и направлением их движения (вектором): А. Нисходящая информация Б. Восходящая информация В. Горизонтальная информация Г. Диагональная информация 1. Координация действий между коллегами одного уровня разных отделов 2. Стратегии, приказы и инструкции от руководства к подчиненным 3. Обмен данными между сотрудниками разных уровней и подразделений в проектной группе 4. Результаты опросов, жалобы и предложения от рядовых сотрудников руководству		ПК-4
	Ответ:	А-2, Б-4, В-1, Г-3	

27	Установите соответствие Соотнесите инструмент цифрового мониторинга с его функцией в системе управления информационными ресурсами: А. Социальная слушаемость Б. Нейромаркетинговые исследования В. Контент-анализ Г. Глубинные интервью 1. Количественный подсчет упоминаний бренда и тональности сообщений 2. Автоматизированный сбор данных об упоминаниях в реальном времени 3. Изучение бессознательных реакций потребителя на стимулы 4. Качественное выяснение глубинных мотивов инсайдера	ПК-4
	Ответ: А-2, Б-3, В-1, Г-4	
28	Установите правильную последовательность Укажите правильную последовательность этапов научного управления информационной кампанией по снижению репутационных рисков: 1. Выбор инструментов контент-анализа и фокус-групп 2. Проектирование кампании на основе принципов блокировки шума 3. Формулировка гипотезы о природе негативного информационного сигнала 4. Оценка изменения индексов тона публикаций после внедрения мер	ПК-4
	Ответ: 3, 2, 1, 4	
29	Установите правильную последовательность Расположите в логической последовательности уровни управления информацией при подготовке публичного выступления руководителя: 1. Управление паузами и интонацией (паралингвистика) в момент речи 2. Анализ тезауруса и картины мира целевой аудитории (когнитивный уровень) 3. Определение прагматической цели воздействия (убедить, призвать, успокоить) 4. Подготовка фактологического материала (вербально-семантический уровень)	ПК-4
	Ответ: 3, 2, 4, 1	
30	Установите соответствие Установите соответствие между методом оптимизации взаимодействия и уровнем коммуникативной личности (по В.П. Конечкой), которым управляет специалист: А. Мотивационный уровень Б. Когнитивный уровень В. Функциональный уровень 1. Расширение кругозора и словарного запаса сотрудника (тезаурус) 2. Тренинги по аргументации и управлению вниманием (техники поведения) 3. Работа с ценностными ориентациями и потребностью в признании	ПК-4
	Ответ: А-3, Б-1, В-2	

7. Оценочные материалы промежуточной аттестации

Экзамен пятый семестр

№ п/п	Содержание вопроса	Компетенция
	Правильный ответ (ключ ответа)	
1	Теория и практика коммуникации как научная и учебная дисциплина Дайте развернутый ответ на вопрос	ПК-4, УК-5

Ответ:	1. Сущность, объект и предмет дисциплины Теория и практика коммуникации (Communicativistics) — это комплексная междисциплинарная область знания, изучающая закономерности возникновения, функционирования и развития процессов обмена информацией в природе и обществе. ● Объект дисциплины: коммуникация во всем многообразии ее форм — от биологической (сигнальной) до социальной, массовой и цифровой. ● Предмет дисциплины: универсальные законы построения коммуникативных актов, структура общения, механизмы кодирования и декодирования смыслов, функции коммуникации, а также методы оптимизации коммуникативного взаимодействия. Дисциплина носит дуалистический характер: теория отвечает на вопросы о том, как устроена коммуникация объективно, а практика исследует прикладные технологии управления этими процессами для достижения конкретных социальных, политических или экономических целей. 2. Междисциплинарный статус науки Коммуникационная наука не имеет одного-единственного материнского поля. Она сформировалась на стыке нескольких фундаментальных дисциплин: ● Философия и логика: дают категориальный аппарат, учение об истине, аргументации и риторике (еще со времен Аристотеля). ● Психология: объясняет когнитивные процессы восприятия, убеждения, психологические барьеры, теорию установки, групповую динамику. ● Социология: рассматривает коммуникацию как механизм социального конструирования реальности, формирования общественного мнения и поддержания социального порядка (Т. Парсонс, П. Лазарсфельд). ● Лингвистика и семиотика: анализируют язык как знаковую систему, синтактику (отношения между знаками), семантику (отношение знака к смыслу) и прагматику (отношение знака к пользователю). Труды Р. Якобсона, Ю. Лотмана. ● Кибернетика и математика: ввели понятие обратной связи, модели передачи сигнала и математическую теорию информации (Н. Винер, К. Шеннон). ● Антропология и культурология: изучают кросс-культурные различия, ритуалы общения и коллективную память. В российской академической традиции значительный вклад внесли М.М. Бахин (диалогизм), Ю.М. Лотман (семиосфера тартуско-московской школы), А.А. Леонтьев (психолингвистика). 3. Эволюция парадигм научной мысли Развитие дисциплины можно разделить на несколько ключевых этапов: 1. Процессуально-информационный этап (1940–1960-е гг.): доминирование линейных моделей («кто—что—кому»). Главная цель — максимально точная передача сигнала с минимальными искажениями (шумом). Ключевые фигуры: К. Шеннон, У. Уивер, Г. Лассуэлл. 2. Семиотико-интерпретационный этап (1960–1980-е гг.): смещение фокуса с передачи информации на производство смыслов. Коммуникация понимается как порождение новых значений. Развивается структурный анализ текстов СМИ, критическая теория медиа (Франкфуртская школа). 3. Прагматический и системный этап (1980–2000-е гг.): изучение контекстов, стратегий речевого воздействия, теории речевых актов (Дж. Остин, Дж. Серль). Формирование PR и рекламы как самостоятельных управленческих практик. 4. Цифровой этап (с 2000-х гг. по настоящее время): сетевая парадигма. Коммуникация становится алгоритмически опосредованной, интерактивной и распределенной. Изучаются феномены больших данных (Big Data), эхо-камер, информационного пузыря, вирусного распространения контента. 4. Практическая направленность и компетенции Ключевая особенность дисциплины в учебном процессе — неразрывная связь теории с навыком. Студент должен не просто знать модель Шеннона — Уивера, но и уметь спроектировать кампанию по снижению репутационных рисков, используя принципы этой модели для блокировки негативного шума. Формируемые профессиональные компетенции (soft skills): ● Навыки анализа целевой аудитории и сегментации. ● Технологии копирайтинга и создания медиатекстов. ● Управление публичными выступлениями и цифровым имиджем. ● Методы измерения эффективности коммуникаций (KPI, охват, вовлеченность, индексы тона публикаций). ● Этическое регулирование профессиональной деятельности (кодексы этики специалистов по связям с общественностью). 5. Методология исследования Для научного осмысления коммуникации используется широкий спектр методов: ● Общенаучные: моделирование, системный анализ, синтез, индукция и дедукция. ● Эмпирические социологические: контент-анализ (количественный и качественный), опросы, фокус-группы, глубинные интервью, включенное наблюдение. ● Экспериментальные: полевые и лабораторные эксперименты для проверки гипотез о влиянии сообщений на поведение. ● Дискурс-анализ и нарративный анализ: изучение структуры текстов и историй. ● Инструменты цифрового мониторинга: системы автоматизированного сбора данных (социальная слушаемость), нейромаркетинговые исследования. 6. Актуальные проблемы и вызовы современной дисциплины Современное состояние теории и практики коммуникаций характеризуется рядом острых проблем, которые обязательно освещаются в курсе: ● Феномен постправды и дезинформации: кризис доверия к традиционным источникам, борьба с дипфейками. ● Алгоритмическая прозрачность: влияние невидимых алгоритмов соцсетей на
---------------	---

2	Коммуникативное измерение всемирной истории. Периодизация и тенденции в развитии коммуникации Дайте развернутый ответ на вопрос	ПК-4, УК-5
---	--	------------

Ответ:	1. Сущность коммуникативного измерения истории История человечества традиционно рассматривается через призму войн, экономики или смены политических режимов. Однако с точки зрения теории коммуникаций история — это прежде всего история способов передачи, хранения и производства смыслов. Коммуникация выступает не просто фоном исторических событий, а их двигателем. Изменение скорости, объема и дистанции распространения информации напрямую меняет социальную структуру общества, формы власти, способы ведения хозяйства и тип личности. Этот подход наиболее полно отражен в трудах канадского философа Маршалла Маклюэна (теория медиа как «расширений человека») и концепции немецкого социолога Никласа Лумана о том, что общество состоит из коммуникаций. 2. Классическая периодизация развития коммуникации Наиболее признанная в академической среде модель делит историю на четыре основных этапа по доминирующему каналу кодирования и трансляции опыта: Этап I: Первобытное общество (Архаика) — Коммуникация мифа и ритуала • Канал: исключительно устный (фольклор), дополненный пиктографией (наскальные рисунки). • Особенности: отсутствие формализованного письма. Информация передается синхронно, здесь и сейчас. Память племени материализована в старейшинах и сказителях. • Функции: сакральная (связь с духами и предками), регулятивная (табу, нормы поведения). • Пространственно-временные границы: коммуникация ограничена радиусом слышимости человеческого голоса и памятью одного поколения. Время циклично (ритуалы повторяют космогонические акты). Этап II: Аграрное традиционное общество — Эпоха рукописной книги • Канал: возникновение письменности (клинопись, иероглифы, алфавиты). Основные носители — камень, глина, папирус, пергамент. • Особенности: появление асинхронной коммуникации (сообщение можно отправить во времени и пространстве). Возникновение бюрократии, налоговой системы и мировых религий стало возможным только благодаря фиксации текстов (например, Законы Хаммурапи, Библия, Коран). • Социальные последствия: монополия на грамотность у жрецов и аристократии. Появление социальной стратификации между теми, кто владеет знанием, и теми, кто его лишен. Скорость передачи сообщения равна скорости самого быстрого всадника или корабля. Этап III: Индустриальное общество — Галактика Гутенберга (XV–XX вв.) • Канал: изобретение книгопечатания (И. Гутенберг, ок. 1450 г.), развитие прессы, телеграфа (С. Морзе), телефона (А. Белл), радио и телевидения. • Особенности: массовое тиражирование идентичных копий текста. Стандартизация знания. Переход от аудиальной культуры к визуальной линейной культуре. • Исторические сдвиги: Реформация (Лютер переводит Библию и печатает ее массовым тиражом), формирование национальных государств и литературных языков, Просвещение, индустриализация. Знание становится товаром. Время сжимается до скорости света (телеграф). Этап IV: Постиндустриальное информационное общество (с середины XX в. по настоящее время) — Цифровая эпоха • Канал: цифровые сети, интернет, мобильная связь, спутниковое вещание, социальные платформы. • Особенности: децентрализация, интерактивность (many-to-many вместо one-to-many), конвергенция медиа (текст, звук и видео сливаются в одном устройстве). Симултанность (одновременность события и его репрезентации). • Технологические рубежи: создание ARPANET (1969), разработка протокола WWW Тимом Бернерсом-Ли (1989), взрывной рост социальных сетей (середина 2000-х), внедрение алгоритмических лент и генеративного ИИ (2020-е). 3. Российская специфика в исторической ретроспективе В России каждый технологический сдвиг имел свои уникальные социально-политические последствия: • Рукописная традиция: огромная роль летописей и церковных книг в сохранении государственности при отсутствии единого центра; феномен старообрядческих сетей для сохранения альтернативной коммуникации. • Петровская реформа печати: введение гражданского шрифта и первой газеты «Ведомости» (1702 г.) как инструмент принудительной модернизации сверху. • Самиздат в СССР: использование кустарных каналов копирования (пишущие машинки, магнитофонные записи) для обхода государственной цензуры и формирования параллельного общественного мнения. • Теледискуссии конца 1980-х (Перестройка): телевидение впервые стало площадкой для реального политического конфликта, разрушив монолит советской пропаганды. • Мессенджеры и Telegram-каналы сегодня: высокая скорость распространения новостей, гибридизация профессиональной журналистики и гражданской блогосферы, использование государством цифровых платформ как основного канала официальной повестки. 4. Ключевые тенденции в развитии коммуникации Анализ исторического пути позволяет выделить несколько сквозных глобальных тенденций: Тенденция и проявление в истории
---------------	---

3	Типы, роды и виды коммуникации. Дайте развернутый ответ на вопрос	ПК-4, УК-5
---	--	------------

Ответ:	В теории коммуникаций классификация общения строится по нескольким пересекающимся основаниям. Для полного ответа на экзамене необходимо раскрыть иерархию от самого общего (типы) к более частному (роды и виды), а также упомянуть ключевые классификационные критерии. 1. Типы коммуникации (по природе канала передачи информации) Это наиболее общая дихотомия, разделяющая коммуникацию на две большие группы в зависимости от того, какие органы чувств задействованы у получателя. ● Вербальная коммуникация (от лат. <i>verbalis</i> — словесный). Осуществляется с помощью слов. Делится на: ● Устную: диалог, полилог, публичное выступление, телефонный разговор. Характеризуется высокой скоростью обратной связи, сильным влиянием интонации и немедленной реакцией собеседника. ● Письменную: письма, книги, документы, электронные сообщения, посты в социальных сетях. Отличается отсроченностью во времени, возможностью редактирования текста и отсутствием невербальных подсказок (в чистом виде). ● Невербальная коммуникация. Передача информации без использования слов (через образы, жесты, символы). В процессе живого общения может составлять до 60–80% воспринимаемого сообщения. Включает несколько систем знаков: ● Кинесика: зрительно воспринимаемые движения (мимика, поза, походка, жесты рук). В российской культурной традиции, например, скупость жестов часто воспринимается как признак сдержанности или высокого статуса, тогда как активная жестикуляция — как эмоциональность. ● Окулесика: визуальный контакт (направление взгляда, длительность смотрения). ● Проксемика: использование пространства (дистанция между общающимися: интимная, личная, социальная, публичная). ● Такесика: прикосновения (рукопожатия, похлопывания, объятия). ● Паузика и паралингвистика: темп речи, тембр, громкость, вздохи, смех, покашливание. ● Хронемика: использование времени (пунктуальность или опоздание как социальный сигнал). ● Артефакты: одежда, прическа, макияж, использование аксессуаров (сигнализируют о статусе и принадлежности к группе). ● Ольфакция: запахи (парфюмерия, естественные запахи тела). 2. Роды коммуникации (по количеству участников и характеру взаимодействия) Род коммуникации определяет масштаб аудитории и степень ее вовлеченности. ● Внутриличностная (интраперсональная) коммуникация. Общение человека с самим собой: внутренний монолог, рефлексия, планирование, сновидения. Это базовый уровень, на котором формируется смысл будущего сообщения. ● Межличностная коммуникация. Диадическое общение (два человека) или малая группа (до 10–12 человек). Характеризуется максимальной персонализацией, неформальностью и обилием невербальных каналов. Является фундаментом всех остальных типов. ● Групповая коммуникация. Внутри малых групп (семья, рабочий отдел, студенческая группа) и больших аудиторий (лекция, митинг). Появляются роли лидера, экспертов и аутсайдеров; возникает давление конформизма. ● Массовая коммуникация. Направлена на рассредоточенную, гетерогенную (разнородную) аудиторию через технические средства тиражирования (ТВ, радио, печать, интернет-СМИ). Основные признаки: институционализация источника (редакция, телеканал), односторонность потока (<i>one-to-many</i>) и опосредованность техническими каналами. ● Организационная (корпоративная) коммуникация. Специфический род, существующий внутри формальных структур. Делится на внешнюю (PR, маркетинг, GR, работа со СМИ) и внутреннюю (вертикальная — нисходящая от руководства к подчиненным и восходящая; горизонтальная — между отделами). 3. Виды коммуникации (по функциональной направленности и содержанию) Виды описывают конкретные цели и сферы применения коммуникативного акта. А. По сфере человеческой деятельности: ● Деловая (профессиональная): переговоры, совещания, презентации, деловая переписка, нетворкинг. Регулируется нормами протокола и бизнес-этикета. ● Политическая: предвыборные кампании, политическая агитация, лоббизм, дипломатические контакты, государственные выступления. ● Рекламная: неличная форма оплаченной массовой коммуникации с четко идентифицированным спонсором для продвижения товара или услуги. ● Связи с общественностью (PR): управление репутацией и выстраивание гармоничных отношений между организацией и ее публикой. ● Научная (академическая): публикация статей, участие в конференциях, защита диссертаций, рецензирование. Требует строгой логики и доказательности. ● Педагогическая: взаимодействие учителя и ученика, передача знаний и ценностей. ● Медицинская: врач — пациент, соблюдение норм деонтологии. Б. По специфике кодирования и среды: ● Межкультурная коммуникация. Обмен сообщениями между представителями разных культур. Главная проблема здесь — этноцентризм и различие культурных кодов (например, высококонтекстные культуры Востока, где важен подтекст, и низкоконтекстные культуры Запада, где ценится буквальный смысл). ● Эстетическая (художественная). Коммуникация через произведения искусства, где сообщение зашифровано в художественном образе. ● Религиозная. Проповедь, молитва, ритуал, религиозная литература. В. По вектору направленности в организациях: ● Нисходящая: указы, инструкции, стратегии от топ-менеджмента вниз по иерархии.
---------------	---

4	Разнообразие коммуникации в природе и обществе. Мир животных и мир людей: основные различия в познании и коммуникации Дайте развернутый ответ на вопрос	ПК-4, УК-5
---	--	------------

Ответ:	1. Понятие биологической и социальной коммуникации Коммуникация — универсальный механизм взаимодействия живых систем. Она существует везде, где есть обмен сигналами для координации поведения. Однако коммуникация в живой природе (биологическая) и коммуникация в человеческом обществе (социальная) имеют принципиальные качественные различия. Биокоммуникация — это взаимодействие между особями одного или разных видов с помощью биологически обусловленных сигналов (феромонов, поз, звуков, цвета), направленных на выживание индивида и вида. Социальная коммуникация — это процесс производства, передачи и обмена смыслами в человеческом обществе с помощью символических систем (прежде всего языка). 2. Разнообразие коммуникации в природе В животном мире коммуникация строго функциональна и подчинена задачам адаптации. Выделяют несколько основных каналов: ● Химический: выделение феромонов для метки территории, привлечения партнера (например, у насекомых и млекопитающих). Один из самых древних и дальнедействующих каналов. ● Акустический: звуковые сигналы опасности, угрозы, брачные песни (лягушки, птицы, китообразные, приматы). Позволяет общаться вне зоны прямой видимости. ● Оптический (визуальный): изменение окраски (хамелеон), ритуальные танцы (пчелы, передающие информацию о местоположении нектара через угол танца относительно солнца), демонстрация яркого оперения или угрожающих поз. ● Тактильный: груминг (вычесывание шерсти) у приматов для установления иерархии и снижения агрессии; толчки, укусы. ● Электрокоммуникация: генерация электрических полей некоторыми видами рыб для ориентации в мутной воде и общения с сородичами. Важнейшая особенность коммуникации животных — ее привязанность к контексту «здесь и сейчас». Сигнал тревоги обезьяны означает только реальную физическую угрозу в данную секунду. Животные не могут обсудить опасность, которая была вчера или может случиться завтра. 3. Разнообразие коммуникации в человеческом обществе Человеческая коммуникация избыточна по отношению к задачам простого выживания. Ее разнообразие определяется способностью человека создавать искусственную среду и сложные социальные структуры: ● По способу фиксации: дописьменная (миф, фольклор), письменная (документальная фиксация истории), печатная (массовое тиражирование смыслов), цифровая (интерактивная сетевая среда). ● По сферам деятельности: научная, религиозная, политическая, эстетическая (искусство), бытовая, деловая. ● По уровню организации: от внутриличностной рефлексии до глобальной массовой коммуникации через спутники и интернет. ● Метакоммуникация: уникальная способность людей коммуницировать о самой коммуникации («Я пошутил», «Ты меня неправильно понял», «Не говори со мной таким тоном»). 4. Основные различия в познании и коммуникации: животные и люди Для глубокого ответа на экзамене необходимо противопоставить эти два мира по ключевым критериям. Критерий / Мир животных (биокоммуникация) / Мир людей (социальная коммуникация) 1. Природа знака (сигнала) Сигналы-индексы. Знак жестко связан с физическим объектом или состоянием. Рычание хищника = реальная угроза. Запах самки = течка здесь и сейчас. Связь иконична или индексальна. Произвольные символы. Знак не имеет физической связи с обозначаемым. Слово «вода» никак не похоже на жидкость H_2O. Мы можем обсуждать абстрактные понятия (справедливость, долг, инфляция). 2. Функциональность Строго утилитарна: размножение, питание, защита территории, спасение жизни. Избыточна: искусство ради искусства, юмор, светская беседа, философские споры. Коммуникация создает культуру, а не только обслуживает биологию. 3. Рефлексивность и самосознание Отсутствует (или крайне ограничено у высших приматов). Животное не осознает себя как субъект, отличный от стаи или среды. Высокоразвитая рефлексия. Человек способен оценивать собственные мысли (metacognition) и смотреть на себя глазами другого (теория разума, Theory of Mind). 4. Временной охват Только настоящее время. Сигнал всегда реактивен. Прошлое, настоящее и будущее. Благодаря языку мы помним историю, планируем на годы вперед (инвестиции, пенсии) и строим утопии. 5. Продуктивность (креативность) Закрытая система. Набор сигналов ограничен генетически. Обезьяна не может придумать новый крик, чтобы описать полет самолета. Открытая система. Язык позволяет генерировать бесконечное количество новых осмысленных фраз из конечного набора слов (принцип продуктивности Н. Хомского). 6. Ложь и дезинформация Мимикрия и обман инстинктивны. Муха-пчеловидка имитирует окраской опасную пчелу. Это биологическая программа, она не осознается. Сознательная интенциональная ложь. Человек лжет вербально, передавая заведомо ложный образ реальности другому сознанию с целью манипуляции. Требуется развитой теории разума («я знаю, что ты думаешь»).
---------------	--

5	Межличностная коммуникация. Модели коммуникативной личности Дайте развернутый ответ на вопрос	ПК-4, УК-5
---	--	------------

Ответ:	1. Сущность и специфика межличностной коммуникации Межличностная (интерперсональная) коммуникация — это процесс обмена сообщениями между двумя или несколькими людьми, находящимися в пространственной близости и имеющих возможность видеть друг друга (хотя современные технологии расширили это понятие до дистантного общения). Это фундаментальный уровень коммуникации, на котором строится все остальное: от семейных отношений до глобальной дипломатии. Ключевые характеристики: • Двусторонний характер: обязательное наличие обратной связи, которая поступает мгновенно. • Персонализация: партнеры ориентируются на уникальные психологические особенности друг друга. • Многоканальность: одновременное использование вербальных средств (слова) и широкого спектра невербальных сигналов (интонация, мимика, жесты, дистанция). • Спонтанность и эмоциональность: высокая степень проявления чувств по сравнению с массовой или групповой коммуникацией. • Наличие имплицитных правил: неписанные нормы этикета, взаимные ожидания (экспектации) и обязательства. В российской научной традиции (школа А.А. Леонтьева, Ю.М. Лотмана) межличностная коммуникация часто рассматривается через призму диалога как высшей формы познания другого человека. 2. Основные функции межличностной коммуникации 1. Информационная: обмен фактами, знаниями и сведениями. 2. Регулятивная (прагматическая): воздействие на поведение партнера, координация совместных действий. 3. Фатическая (контактоустанавливающая): поддержание социальных связей («светская беседа», приветствия). 4. Эмотивная: выражение чувств, симпатий и антипатий. 5. Интегративная: формирование чувства общности («мы»), укрепление привязанности. 6. Диагностическая: познание собеседником самого себя через реакцию партнера (эффект «социального зеркала»). 3. Коммуникативная личность: определение и структура Коммуникативная личность — это субъект коммуникации, обладающий совокупностью индивидуальных характеристик, которые определяют его мотивацию, знания, умения и навыки общения. Это не просто человек, а человек как носитель определенного репертуара речевого поведения. В теории коммуникаций наиболее признанными являются две модели описания такой личности. Модель I. Психологическая модель В.П. Конечной (три уровня) Эта модель подробно раскрывает внутренние механизмы, определяющие стиль общения: 1. Мотивационный уровень (Почему?) • Определяет цели и потребности индивида в общении (потребность в аффилиации, доминировании, безопасности, признании). • Включает ценностные ориентации и установки. Если у одного партнера цель — самоутверждение, а у другого — поиск компромисса, возникнет коммуникативный сбой. 2. Когнитивный уровень (Что знаю?) • Совокупность знаний о мире, социальном контексте и самом себе. Сюда входит тезаурус (словарный запас), кругозор, знание норм этикета и культурных кодов. • Важнейший элемент здесь — рефлексия: способность предвидеть, как партнер интерпретирует ваши слова. 3. Функциональный (поведенческий) уровень (Как делаю?) • Практическое владение техниками коммуникации: навыки слушания, аргументации, умение управлять вниманием, соблюдение дистанции. • Оценивается через такие параметры, как коммуникативная компетентность, эмпатичность, гибкость ролевого поведения и владение языком тела. Модель II. Социолингвистическая модель языковой личности Ю.Н. Караулова Применительно к коммуникации эта модель рассматривает личность через три структурных уровня владения языком и смыслом: 1. Вербально-семантический уровень (Нулевой/Словарный) • Обыденное владение словарем. Способность строить грамматически правильные фразы. На этом уровне находятся люди, общение которых ограничивается бытовыми клише («как дела?» — «нормально»). 2. Тезаурусно-когнитивный (Лингво-когнитивный) уровень • Уровень картины мира. Здесь слова объединяются в понятия, концепции и идеи. Анализируя речь человека на этом уровне, можно понять его систему ценностей (например, для него ключевыми концептами являются «Порядок», «Семья» или «Свобода»). Это индивидуальный словарь смыслов. 3. Прагматический (Мотивационный) уровень • Высший уровень. Отражает цели, намерения и мотивы говорящего. Именно здесь проявляется уникальность личности. Человек использует язык не просто для передачи информации, а для воздействия: шутит, угрожает, убеждает, манипулирует, проявляет иронию. Этот уровень включает пресуппозиции (скрытые смыслы) и подтекст. 4. Типология коммуникативных личностей С. Уинстедт (000002331) на практике (и на экзамене) важно показать разнообразие стилей. Личности часто
---------------	---

6	Факторы успешности межличностной коммуникации. Стратегии и тактики коммуникативного поведения Дайте развернутый ответ на вопрос	ПК-4, УК-5
---	---	------------

Ответ:	1. Понятие эффективности и успешности коммуникации В теории коммуникаций успешность не всегда тождественна достижению изначальной цели (например, победе в споре). Более точным критерием является достижение взаимопонимания и сохранение отношений (интерактивная эффективность). Успешная коммуникация — это процесс, при котором: • Смысловое искажение сообщения минимизировано. • Достигнута поставленная прагматическая цель (убеждение, информирование). • Сохранен или улучшен социально-психологический климат общения. • Участники получили удовлетворение от самого процесса взаимодействия. 2. Факторы успешности межличностной коммуникации Их принято делить на объективные (внешние) и субъективные (внутренние). А. Субъективные факторы (зависят от коммуникантов) 1. Коммуникативная компетентность: знание норм этикета, владение вербальными и невербальными кодами, умение слушать. В российской академической традиции выделяется также речевой такт — чувство меры в выборе слов применительно к конкретной ситуации. 2. Аппетит (привлекательность): степень положительной эмоциональной реакции на партнера. Внешняя привлекательность, сходство установок, похвала («эффект лестии») повышают доверие. 3. Авторитет и статус: восприятие экспертности собеседника. Сообщение из уст признанного специалиста усваивается быстрее (феномен информационного влияния). 4. Эмпатия и рефлексия: способность поставить себя на место другого (эмоциональная эмпатия) и спрогнозировать реакцию партнера на свои слова (когнитивная рефлексия). 5. Психологическая гибкость: умение менять стиль поведения в зависимости от контекста (смена ролей: с «начальника» на «партнера»). 6. Конгруэнтность: совпадение вербальных и невербальных сигналов. Если человек говорит «Я рад вас видеть», но принимает закрытую позу и отводит глаза, возникает недоверие. Б. Объективные факторы (контекстуальные) 1. Соответствие среды задаче: обсуждение конфиденциальных вопросов требует приватности; попытка вести сложные переговоры в шумном кафе обречена на снижение эффективности. 2. Отсутствие физического шума: посторонние звуки, духота, неудобная мебель отвлекают ресурсы внимания. 3. Оптимальная дистанция (проксемика): соблюдение границ личной зоны (в русской культуре интимная зона составляет примерно 0–45 см, личная — 45–120 см). Вторжение в личное пространство без приглашения вызывает агрессию. 4. Своевременность (хронемика): выбор правильного момента для обращения. Просьба о повышении зарплаты перед уходом начальника в отпуск будет менее успешной, чем после сдачи сложного проекта. 3. Стратегии коммуникативного поведения Стратегия — это высший уровень планирования общения, глобальный вектор движения к сверхзадаче. Она отвечает на вопрос: «Какого типа отношения я хочу выстроить?» Выделяют три базовые стратегии: 1. Кооперативная (гармоничная): нацеленность на сотрудничество, поиск общего интереса, поддержание контакта. Применяется в семье, дружбе, долгосрочном бизнесе. - о Цель: консенсус, взаимная выгода (win-win). 2. Конкурентная (манипулятивная/конфронтационная): стремление навязать свою волю, победить оппонента, извлечь одностороннюю выгоду. Характерна для жестких переговоров или политических дебатов. - о Цель: победа над партнером (win-lose). 3. Инструментально-нейтральная: передача информации без задачи изменить состояние партнера или построить глубокие отношения (например, консультация в справочной службе, транзакция в магазине). 4. Тактики коммуникативного поведения Тактика — это конкретный прием, речевой ход, реализующий выбранную стратегию. Это то, что именно мы говорим и делаем прямо сейчас. Тактики кооперативной стратегии: • Активное слушание: техники парафразирования («Правильно ли я понял, что...»), уточняющих вопросов, резюмирования. • Подстройка (раппорт): незаметное копирование темпа речи, позы или лексики собеседника для создания чувства общности. • Экспликация согласия: проговаривание общих точек зрения перед обсуждением разногласий («Мы оба хотим, чтобы проект был успешным...»). • Самораскрытие: добровольный обмен личной информацией для повышения уровня доверия (принцип взаимности). • Позитивная вежливость: подчеркивание значимости личности собеседника, комплименты, демонстрация солидарности. Тактики конкурентной стратегии: • Деструктивное перебивание: сбивание ритма мысли оппонента. • Смещение фокуса (уклонение): перевод разговора с невыгодной темы на другую. • Навешивание ярлыков: дискредитация аргументов через дискредитацию личности («Это типичная демагогия»). • Запутывание (забалтывание): перегрузка собеседника избыточной, второстепенной информацией. • Апелляция к авторитетам: ссылка на несуществующие или нерелевантные нормы и правила для подавления воли. • Прямое давление: использование угроз, шантажа или демонстрации силы.
---------------	---

7	Речевое воздействие. Конфликт. Дайте развернутый ответ на вопрос	ПК-4, УК-5
---	---	------------

Ответ:	1. Речевое воздействие (РВ) Речевое воздействие — это процесс использования языковых средств для регуляции деятельности адресата с целью изменения его установок, мнений или поведения. Основные механизмы РВ: Доказывание: апелляция к логике (логос). Использование фактов, статистики, причинно-следственных связей. Эффективно для рациональной аудитории. Убеждение: апелляция к ценностям и эмоциям (пафос, этос). Создание внутреннего согласия через соотнесение сообщения с картиной мира человека. Внушение (суггестия): некритическое восприятие информации за счет авторитета говорящего, ритма речи или психологического состояния слушающего. Побуждение: прямые призывы к действию (императивы). Средства речевого воздействия: Лексические: оценочная лексика («преступный режим» вместо «правительство»), метафоры (задают рамку восприятия: например, «война с вирусом» настраивает на мобилизацию, а «борьба с эпидемией» — на системную работу служб), эвфемизмы (смягчение смысла: «оптимизация штата» вместо «увольнения»). Синтаксические: риторические вопросы (не требуют ответа, но навязывают мысль), повторы, инверсия (изменение порядка слов для выделения важного), номинализация (замена действия статичным существительным, чтобы снять ответственность: не «мы сократили», а «произошло сокращение»). Прагматические: пресуппозиции (скрытые допущения, которые подаются как факт: «Вы уже перестали опаздывать на совещания?» — независимо от ответа вы признаете факт опозданий) и имплицатуры (подразумеваемый смысл, который выводится из контекста по принципу релевантности Грайса). 2. Коммуникативный конфликт Конфликт возникает тогда, когда речевое воздействие одного участника сталкивается с противодействием другого, либо когда нарушаются коммуникативные ожидания обеих сторон. Структура конфликта: Объект: реальный ресурс или ценность (деньги, территория, статус). Предмет: конкретное противоречие интересов. Образы конфликтной ситуации: субъективное восприятие инцидента участниками (часто образы не совпадают, что усложняет разрешение). Типология конфликтов в коммуникации: По предмету: Деловой (предметный): разногласия по поводу рабочих задач. Личностный: неприязнь, столкновение ценностей и эго. Статусно-ролевой: борьба за иерархию в группе. По форме протекания: Открытый: спор, ссора, скандал. Скрытый (латентный): пассивная агрессия, саботаж, молчание, сарказм. Стадии развития конфликта: Возникновение объективной конфликтной ситуации. Осознание ситуации (хотя бы одним участником). Инцидент (переход в коммуникацию): действие или фраза, провоцирующая открытое столкновение. Эскалация: рост эмоционального напряжения, переход на личности, расширение круга вовлеченных лиц. Завершение: урегулирование, компромисс, разрыв отношений или силовое подавление одной из сторон. Стратегии поведения в конфликте (сетка Томаса-Килманна): Соперничество (акула) — стремление победить любой ценой. Приспособление (медвежонок) — отказ от своих интересов ради сохранения отношений. Избегание (черепаха) — уход от обсуждения проблемы. Компромисс (лиса) — взаимные уступки (решение здесь и сейчас, но корень проблемы остается). Сотрудничество (сова) — совместный поиск решения, полностью удовлетворяющего обе стороны (win-win). Резюме
--------	--

8	Теория манипуляции Дайте развернутый ответ на вопрос Ответ: 1. Речевое воздействие (РВ) Теория манипуляции Манипуляцию следует отличать от открытого убеждения и конструктивного управления. Манипуляция — это вид скрытого психологического воздействия, при котором манипулятор побуждает объект совершить действия, выгодные манипулятору, но часто невыгодные самому объекту, при этом у объекта создается иллюзия самостоятельности принятого решения. Ключевые признаки манипуляции: Скрытость намерений (адресат не понимает истинной цели). Игра на слабостях (чувство вины, страх, тщеславие, жадность). Использование психологической автоматки (шаблонов человеческого поведения). Классификация манипуляций (по Э. Шострому и другим авторам): Манипуляции «вниз» (агрессия/диктатор): угрозы, крик, демонстрация силы, обесценивание («Да кто ты такой...»). Манипуляции «вверх» (жертва/бедняжка): взывание к жалости, симуляция беспомощности, болезни, гиперответственности партнера, чтобы заставить его сделать работу за манипулятора. Горизонтальные манипуляции (интеллектуал/компьютер): использование сложной терминологии, холодного тона, цитат авторитетов для создания дистанции и чувства неполноценности у собеседника. Основные манипулятивные приемы (тактики): Чтение мыслей: «Я знаю, что на самом деле ты так думаешь...». Навязывание чувства долга: «После всего, что я для тебя сделал...». «Крючок» (провокация): задевание самолюбия, чтобы человек бросился доказывать обратное. Ложная дилемма: предложение выбора только из двух вариантов, один из которых заведомо неприемлем («Или ты со мной, или ты мне враг»). Смещение фокуса: перевод разговора с сути претензии на личность оппонента (ad hominem). Защита от манипуляции и деструктивного воздействия Для успешной сдачи экзамена важно знать не только теорию нападения, но и теорию защиты: Распознавание (детекция): главный маркер — появление странных эмоций (чувство необъяснимой вины, спешки, внезапной симпатии или страха) во время диалога. Тайм-аут: прерывание контакта фразами «Мне нужно подумать», «Я отвечу позже». Манипуляция работает только в режиме дефицита времени. Техника «Заезженная пластинка»: спокойное повторение своей позиции без вступления в полемику по отвлеченным вопросам. Психологическое айкидо (М. Литвак): согласие с утверждениями манипулятора, лишение их энергии. На фразу «Ты меня не любишь!» ответ «Да, тебе со стороны виднее, люблю я тебя или нет» разрушает сценарий обвинения. Рационализация: вынесение скрытого подтекста на поверхность. «Правильно ли я понимаю, что если я откажусь задержаться на работе, ты сочтешь меня плохим командным игроком?». Резюме Речевое воздействие — нейтральный инструмент. В зависимости от этической рамки оно превращается либо в убеждение (честный диалог равных партнеров), либо в манипуляцию (скрытая эксплуатация). Конфликт же является индикатором того, что методы воздействия оказались неэффективными или агрессивными. Успешный коммуникатор умеет осознанно применять инструменты воздействия, распознавать попытки манипуляции со стороны других и переводить зарождающийся конфликт в русло конструктивного сотрудничества, опираясь на принципы открытости и взаимного уважения.	ПК-4, УК-5
9	Непрямая коммуникация Дайте развернутый ответ на вопрос	ПК-4, УК-5

Ответ:	1. Определение и сущность не прямой коммуникации Непрямая (косвенная) коммуникация — это способ передачи сообщения, при котором истинный смысл высказывания не совпадает с его буквальным значением или намеренно маскируется. В отличие от прямой коммуникации («Принеси стакан воды»), где форма соответствует содержанию, в не прямой коммуникации слушающий должен проделать дополнительную когнитивную работу, чтобы понять имплицитный (скрытый) смысл. С точки зрения лингвистической прагматики, это явление описывается через нарушение принципа кооперации Грайса. Говорящий сознательно нарушает одно из правил (максим): качества (правдивости), количества (информативности), отношения (релевантности) или способа (ясности), заставляя собеседника искать скрытый смысл (имплицатуру). 2. Функции не прямой коммуникации Люди используют косвенные высказывания не только для красоты речи, но и для решения конкретных психологических и социальных задач: ● Сохранение лица (Face-saving): защита самооценки как говорящего, так и слушающего. Прямой отказ может унизить просителя; косвенный отказ смягчает удар. ● Соблюдение социальной дистанции и этикета: в формальных ситуациях прямые приказы звучат грубо. Форма «Не могли бы вы открыть окно?» вместо «Откройте окно» подчеркивает уважение к автономии коллеги. ● Избегание ответственности: возможность отрицать истинный смысл сказанного («Я просто предположил», «Ты меня неправильно понял»). ● Эмоциональная регуляция: выражение агрессии, обиды или симпатии безопасным способом (ирония, намеки). ● Тестирование границ: проверка реакции собеседника перед тем, как озвучить мысль прямо (например, рассказанный пошлый анекдот для проверки моральных рамок группы). ● Управление иерархией: подчиненные часто вынуждены использовать не прямые формы, чтобы давать советы начальству без риска увольнения. 3. Основные виды и средства не прямой коммуникации А. Невербальная не прямая коммуникация Часто является более честным каналом, чем слова, так как хуже поддается контролю: ● Проксемика: демонстративное увеличение дистанции, отворачивание корпуса во время разговора сигнализируют о потере интереса или враждебности. ● Паравербалика: тяжелый вздох, закатывание глаз, затяжные паузы передают усталость или несогласие эффективнее любых слов. ● Хрономика: опоздание на встречу может быть не прямым сигналом о низкой значимости партнера. Б. Вербальные приемы (Речевые стратегии) 1. Импликатуры (подразумеваемый смысл): ● Пример: На предложение «Пойдем в кино?» следует ответ «У меня завтра экзамен». Буквальный смысл — констатация факта. Имплицитный смысл — «Нет, я не пойду». 2. Риторические вопросы: Вопрос, не требующий ответа, который служит утверждением. ● Пример: «И это называется чистой работой?». Буквально — запрос информации. По факту — упрек и оценка. 3. Прецедентные тексты и аллюзии: Использование цитат, пословиц или отсылок к известным событиям для оценки ситуации. ● Пример: Фраза начальника «А казачок-то посланный» мгновенно меняет восприятие нового сотрудника, не содержа прямых обвинений. 4. Литота (преуменьшение): ● Пример: «Это был не самый удачный отчет» (вместо «Отчет ужасен»). Знаменитая английская литота "It's not my cup of tea" (Мне это совсем не нравится). 5. Эвфемизмы: Замена грубых или табуированных слов нейтральными. ● Пример: «Он нас покинул» вместо «Он умер»; «Между нами возникла некоторая напряженность» вместо «Мы поругались». 6. Контекстуализация (High-context cultures): В высококонтекстных культурах (Россия, Япония, страны Востока) большая часть смысла передается не словами, а ситуацией, статусом участников и общим фоном. Молчание здесь может означать согласие, глубокое раздумье или категорический протест. 4. Кросс-культурный аспект Понимание не прямой коммуникации критически важно в межкультурном диалоге. Антрополог Эдвард Холл разделил культуры на два типа: Характеристика / Низкоконтекстные культуры (США, Германия, Скандинавия) / Высоконтекстные культуры (Россия, Япония, Китай, арабские страны) 1. Стиль общения Прямой, эксплицитный. Что сказано, то и имеется в виду. "Say what you mean". Не прямой, имплицитный. Смысл считывается по контексту. "Read the air". 2. Конфликт Открытая дискуссия приветствуется, спор — признак вовлеченности. Открытый конфликт ведет к «потере лица». Несогласие выражается молчанием или уклончивыми фразами. 3. Бизнес-коммуникация Контракт важнее личных отношений. Синхронное взаимодействие предполагает контракт. Слово «Да» часто означает «Я вас услышал», а
---------------	---

10	Коммуникация в современной социальной сфере Дайте развернутый ответ на вопрос	ПК-4, УК-5
----	--	------------

Ответ:	В дисциплине «Теория и практика коммуникаций» под социальной сферой понимается область общественных отношений, направленная на обслуживание интересов граждан, обеспечение их жизнедеятельности и воспроизводство человеческого капитала (здравоохранение, образование, социальная защита, культура, спорт). Коммуникация здесь выступает не просто как обмен информацией, а как главный инструмент реализации государственной политики и оказания социальных услуг. 1. Специфика коммуникации в социальной сфере В отличие от коммерческой рекламы или политического PR, коммуникация в социальной сфере имеет ряд уникальных характеристик: ● Высокая чувствительность темы: объектом обсуждения часто являются жизнь, здоровье, базовые права человека и уязвимые группы населения (инвалиды, пенсионеры, сироты). ● Низкая вовлеченность аудитории: социальные проблемы часто воспринимаются людьми отстраненно («меня это пока не касается»), что требует особых усилий по привлечению внимания. ● Двойственность заказчика: заказчиком выступают государство и НКО, но целевая аудитория — граждане. Это создает конфликт между бюрократическим языком ведомств и живым языком людей. ● Этическая нагрузка: цена коммуникативной ошибки здесь измеряется не падением продаж, а человеческими жизнями или социальным взрывом. 2. Субъекты и уровни коммуникации Современная структура коммуникации в этой сфере многосоставна: 1. Государственный уровень: Министерства (Минтруд, Минздрав), ведомства (Социальный фонд России), региональные администрации. Их задача — трансляция государственных гарантий и нормативное информирование. 2. Уровень бюджетных учреждений: Больницы, школы, центры социального обслуживания. Здесь преобладает межличностная коммуникация специалиста и клиента (пациента/ученика). 3. Некоммерческий сектор (НКО): благотворительные фонды, волонтерские движения. Выступают мостом между государством и обществом, часто берут на себя эмоционально сложную часть работы. 4. Корпоративная социальная ответственность (КСО): бизнес-структуры, реализующие социальные проекты для повышения лояльности и репутации. 5. Гражданское общество: лидеры мнений, блогеры, локальные сообщества, которые формируют горизонтальное доверие там, где вертикальное (государственное) работает слабо. 3. Каналы и инструменты современных социальных коммуникаций Тип канала / Инструменты и особенности 1. Цифровые платформы Госуслуги: переход от информирования к транзакциям (коммуникация через действие).
Социальные сети и Telegram-каналы ведомств: очеловечивание образа власти, быстрая обратная связь, борьба с фейками.
Сайты фондов: использование сторителлинга (истории конкретных подопечных вместо сухой статистики) для сбора пожертвований. 2. Традиционные СМИ Социальная реклама на ТВ и радио (фокус на демографии, безопасности дорожного движения, донорстве крови). В России традиционно сохраняется высокое доверие к телевидению у старших возрастных групп. 3. Event-коммуникации Массовые благотворительные акции (например, «Щедрый вторник»), фестивали инклюзии, спортивные марафоны. Создают опыт сопричастности. 4. GR и межсекторное партнерство Договоры о сотрудничестве между министерствами и крупным бизнесом для финансирования инфраструктурных социальных объектов. 4. Ключевые стратегии и технологии 1. Паттернализация и геймификация: превращение рутинных социальных действий (вакцинация, диспансеризация, отдельный сбор мусора) в игру или привычный ритуал. Пример: программы кэшбэка за детский отдых, баллы за утилизацию батареек. 2. Сторителлинг (Narrative storytelling): отказ от абстрактных цифр («10 тысяч больных») в пользу истории одного героя. Эмпатия запускается через идентификацию с личностью, а не со статистикой. 3. Кризисные коммуникации (Risk communication): управление поведением населения во время пандемий, стихийных бедствий или эпидемий. Главная задача — предотвратить панику и сформировать доверие к официальным инструкциям. 4. Партиципаторность (вовлечение): переход от патерналистской модели («государство решит») к диалогу. Использование краудсорсинга при разработке законов, вовлечение родителей в школьное самоуправление, совместное обустройство дворов. 5. Инклюзивная коммуникация: адаптация сообщений для людей с ограниченными возможностями здоровья (сурдоперевод, субтитры, Easy Read — упрощенный язык текстов, шрифт Брайля). 5. Барьеры и вызовы современности ● Информационный шум и выгорание: избыток просьб о помощи ведет к «баннерной слепоте» и эмпатической усталости общества. ● Кризис доверия: историческое недоверие части населения к государственным инициативам. Любое сообщение Минздрава или Минтруда может восприниматься через призму скепсиса. ● Эффект эхо-камер: алгоритмы соцсетей показывают людям только ту социальную повестку, которая совпадает с их убеждениями, затрудняя донесение неудобных истин (например, о необходимости непопулярных реформ).
---------------	---

7.1. Уровни овладения

Компетенция: УК-5 Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах.

Индикатор достижения компетенции: УК-5.2 Понимает необходимость восприятия и учета межкультурного разнообразия общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах.

Уровень	Характеристика	Оценка в баллах
Повышенный	Достигнуто полное овладение знаниями, умениями и навыками. Студент свободно владеет терминологией, умеет применять теоретические знания в различных ситуациях для решения поставленных задач.	81-100
Базовый	Достигнуто достаточное овладение знаниями, умениями и навыками. Студент уверенно владеет терминологией, умеет применять теоретические знания в различных ситуациях для решения поставленных задач.	61-80
Пороговый	Достигнуто овладение минимально необходимыми знаниями, умениями и навыками. Студент владеет основной терминологией, умеет применять теоретические знания для решения поставленных задач в стандартных ситуациях.	41-60
Ниже порогового	Компетенция не освоена	0-40

Компетенция: ПК-4 Способен управлять информационными ресурсами.

Индикатор достижения компетенции: ПК-4.2 Управляет информационными ресурсами.

Уровень	Характеристика	Оценка в баллах
Повышенный	Достигнуто полное овладение знаниями, умениями и навыками. Студент свободно владеет терминологией, умеет применять теоретические знания в различных ситуациях для решения поставленных задач.	81-100
Базовый	Достигнуто достаточное овладение знаниями, умениями и навыками. Студент уверенно владеет терминологией, умеет применять теоретические знания в различных ситуациях для решения поставленных задач.	61-80
Пороговый	Достигнуто овладение минимально необходимыми знаниями, умениями и навыками. Студент владеет основной терминологией, умеет применять теоретические знания для решения поставленных задач в стандартных ситуациях.	41-60
Ниже порогового	Компетенция не освоена	0-40

8. Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение дисциплины

8.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы

Основная литература

1. Основы теории коммуникации: учебник и практикум для вузов / Т. Д. Венедиктова, М. Б. Бергельсон, А. Л. Борисенко [и др.]; Т. Д. Венедиктова [и др.] ; под редакцией Т. Д. Венедиктовой, Д. Б. Гудкова.. - Москва: Юрайт, 2026. - 193 с - 978-5-534-00242-3. - Текст: электронный // ИКО Юрайт: [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/583756> (дата обращения: 21.05.2026). - Режим доступа: по подписке
2. Колышкина, Т. Б. Деловые коммуникации, документооборот и делопроизводство: учебник для вузов / Т. Б. Колышкина, И. В. Шустина. - 3-е изд. - Москва: Юрайт, 2026. - 145 с - 978-5-534-14216-7. - Текст: электронный // ИКО Юрайт: [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/584753> (дата обращения: 21.05.2026). - Режим доступа: по подписке
3. Собольников, В. В. Невербальные средства коммуникации: учебник для вузов / В. В. Собольников. - 2-е изд. - Москва: Юрайт, 2026. - 164 с - 978-5-534-05922-9. - Текст: электронный // ИКО Юрайт: [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/586168> (дата обращения: 21.05.2026). - Режим доступа: по подписке
4. Адамьянц, Т. З. Социальные коммуникации: учебник для вузов / Т. З. Адамьянц. - 2-е изд. - Москва: Юрайт, 2026. - 200 с - 978-5-534-06898-6. - Текст: электронный // ИКО Юрайт: [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/586496> (дата обращения: 21.05.2026). - Режим доступа: по подписке
5. Гавра, Д. П. Основы теории коммуникации: учебник для вузов / Д. П. Гавра. - 2-е изд. - Москва: Юрайт, 2026. - 231 с - 978-5-534-06317-2. - Текст: электронный // ИКО Юрайт: [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/583608> (дата обращения: 21.05.2026). - Режим доступа: по подписке

Дополнительная литература

1. Спивак, В. А. Деловые коммуникации. Теория и практика: учебник для вузов / В. А. Спивак. - Москва: Юрайт, 2026. - 372 с - 978-5-534-21681-3. - Текст: электронный // ИКО Юрайт: [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/583188> (дата обращения: 21.05.2026). - Режим доступа: по подписке
2. Курумчина, А. Э. Социокультурные коммуникации. Проекты социальных трансформаций и всемирные выставки: учебник для вузов / А. Э. Курумчина. - Москва: Юрайт, 2026. - 101 с - 978-5-534-19621-4. - Текст: электронный // ИКО Юрайт: [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/587026> (дата обращения: 21.05.2026). - Режим доступа: по подписке
3. Гулевич, О. А. Психология массовой коммуникации: от газет до интернета: учебник для вузов / О. А. Гулевич. - 2-е изд. - Москва: Юрайт, 2026. - 245 с - 978-5-534-21264-8. - Текст: электронный // ИКО Юрайт: [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/587936> (дата обращения: 21.05.2026). - Режим доступа: по подписке
4. Корягина, Н. Эффективные коммуникации. Социальная компетентность личности: учебник для вузов / Н. Корягина. - Москва: Юрайт, 2026. - 344 с - 978-5-534-18144-9. - Текст: электронный // ИКО Юрайт: [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/589494> (дата обращения: 21.05.2026). - Режим доступа: по подписке
5. Касьянов, В. В. Социология массовой коммуникации: учебник для вузов / В. В. Касьянов. - 3-е изд. - Москва: Юрайт, 2026. - 288 с - 978-5-534-15798-7. - Текст: электронный // ИКО Юрайт: [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/585668> (дата обращения: 21.05.2026). - Режим доступа: по подписке

8.2. Профессиональные базы данных и ресурсы «Интернет», к которым обеспечивается доступ обучающихся

Профессиональные базы данных

1. <http://www.gks.ru/> - Профессиональная база данных «Официальная статистика» (Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики)
2. <https://minfin.gov.ru/> - Министерство финансов Российской Федерации (Минфин России)
3. <http://pravo.gov.ru/> - Государственная система правовой информации «Официальный интернет-портал правовой информации»

Ресурсы «Интернет»

1. <http://www.gov.ru> - Профессиональная база данных «Информационные системы Министерства экономического развития Российской Федерации в сети Интернет» (Портал «Официальная Россия»)

8.3. Программное обеспечение и информационно-справочные системы, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

Перечень программного обеспечения

(обновление производится по мере появления новых версий программы)

1. "Astra Linux Special Edition" РУСБ.10015-01;
2. Консультант Плюс;
3. Мой офис;

Перечень информационно-справочных систем

(обновление выполняется еженедельно)

1. Справочно-правовая система "Гарант-Максимум";

8.4. Специальные помещения, лаборатории и лабораторное оборудование

Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран
Учебные аудитории для проведения практических занятий (занятий семинарского типа)	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран Компьютеры с выходом в сеть «Интернет» и ЭИОС СГ
Учебные аудитории для групповых и индивидуальных консультаций	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран Компьютеры с выходом в сеть «Интернет» и ЭИОС СГ
Учебные аудитории для текущего контроля и промежуточной аттестации	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран Компьютеры с выходом в сеть «Интернет» и ЭИОС СГ
Помещения для самостоятельной работы	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран Компьютеры с выходом в сеть «Интернет» и ЭИОС СГ
Помещения для хранения и профилактического обслуживания оборудования	Комплекты специализированной мебели для хранения