

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«САМАРСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ имени академика С.П. КОРОЛЕВА»
(Самарский университет)

И. В. ШУМКИНА

ВВЕДЕНИЕ В ТЕОРИЮ КОММУНИКАЦИИ

Рекомендовано редакционно-издательским советом федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего образования «Самарский национальный исследовательский университет имени академика С.П. Королева» в качестве учебного пособия для студентов специальности 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

САМАРА
Издательство Самарского университета
2016

УДК 808.5
ББК 60.55.74
Ш95

Рецензенты: канд. филол. наук, доц. Н. Ю. Темникова,
канд. филол. наук, доц. Е. Н. Сергеева

Шумкина, Инна Викторовна

Ш95 **Введение в теорию коммуникации:** учеб. пособие / *И. В. Шумкина.* –
Самара: Изд-во Самарского университета, 2016. – 60 с.: ил.

ISBN 978-5-7883-1122-7

В данном пособии рассмотрены основные вопросы современной теории коммуникации. Лекционный материал сосредоточен вокруг базовых тем данной науки. Планы семинарских занятий направлены на более глубокую проработку ключевых проблем. В пособие также включены: список основных понятий и имен ученых, связанных с изучаемой дисциплиной; методические указания по выполнению контрольных мероприятий; темы докладов.

Пособие предназначено для студентов специальности «Реклама и связи с общественностью».

Подготовлено на кафедре русского языка и массовой коммуникации.

УДК 808.5
ББК 60.55.74

ОГЛАВЛЕНИЕ

Конспект лекций по курсу	4
Лекция 1. Вводная	4
Лекция 2. Семиотические основы коммуникации	11
Лекция 3. Лингвистические основы коммуникации	16
Лекция 4. Законы и принципы коммуникации	23
Лекция 5. Структура и функции коммуникации	28
Лекция 6. Уровни коммуникации	33
Планы семинарских занятий	42
Занятие 1. Развитие технических средств коммуникации	42
Занятие 2. Семиотические основы коммуникации	43
Занятие 3. Языковые ситуации и языковая политика	44
Занятие 4. Высказывание и речевые жанры	45
Занятие 5. Личность в коммуникации	46
Занятие 6. Взаимодействие в межличностной коммуникации	47
Занятие 7. Роли и лидерство в социальной коммуникации	48
Занятие 8. Массовая коммуникация: феномен общественного мнения	49
Занятие 9. Проблемы межкультурной коммуникации	49
Занятие 10. Проблемы и противоречия современного коммуникативного пространства	51
Глоссарий по курсу	53
Темы докладов по курсу	54
Методические рекомендации студентам	56
Библиографический список	58

КОНСПЕКТ ЛЕКЦИЙ ПО КУРСУ

ЛЕКЦИЯ 1. ВВОДНАЯ

1.1. Понятие коммуникации. Коммуникация и информация.

Слово коммуникация происходит от лат. *communicatio*, что значит «делаю общим, связываю, общаюсь» (ср. лат. *communis* – общий). Уже само происхождение этого термина указывает на его близость к слову *общение*. Почти во всех языках эти две лексемы являются синонимами.

Коммуникацию нередко определяют как «обмен информацией, передача информации». При этом понятие *информация* определяется здесь довольно широко. В обыденной речи слово информация связывают с официальным, служебным, деловым или газетным сообщением о каких-то событиях, положении дел. Люди не называют информацией ни молитву, ни признание в любви или гневные укоры, ни чувства и мысли поэта, ни слово Привет!, ни улыбку. Между тем всё это – тоже информация. Информация – это всё, что можно так или иначе сообщить, передать. Всё, что люди сообщают друг другу (намеренно или непроизвольно) или машинам, – это информация.

Итак, коммуникация – это обмен мыслями, знаниями, чувствами, схемами поведения и т.п. Однако слово «обмен» в данном случае является явной метафорой. На самом деле, если мы обмениваемся идеями, словами, чувствами, то я не лишаюсь своих слов, а мой собеседник – своих, мы взаимно обогащаемся. Более правильно говорить о том, что мы хотим поделиться мыслями, разделить с кем-то свои чувства. Эту разницу хорошо можно увидеть на примере двух английских слов *exchange* и *share*. *Exchange* значит «обмениваться, меняться», а *share* – «обмениваться, делиться». Как мы видим, являясь на первый взгляд синонимами, эти лексемы отражают принципиально разные подходы к явлению коммуникации. Именно эти два подхода и сложились в современной науке: *механистический* (трансляционный, коммуникация как передача) и *деятельностный* (интеракциональный, коммуникация как взаимодействие). В механистическом подходе под коммуникацией понимается однонаправленный процесс кодирования и передачи информации от источника и приема информации получателем сообщения. В деятельностном подходе коммуникация понимается как совместная

деятельность участников коммуникации (коммуникантов), в ходе которой вырабатывается общий (до определенного предела) взгляд на вещи и действия с ними.

Эту разность подходов к одному явлению отражает и использование в научной литературе терминов коммуникация и общение. Так, под коммуникацией иногда понимают лишь техническую сторону процесса, связанную с передачей информации, тогда как общение отражает его ценностно-духовную составляющую, направленную на взаимодействие участников.

1.2. Схема коммуникативного акта. Коммуникативный акт – это фрагмент коммуникации (например, реплика одного из собеседников в диалоге). Простейшую схему отдельного коммуникативного акта в процессе речевой коммуникации можно представить следующим образом (рис. 1).

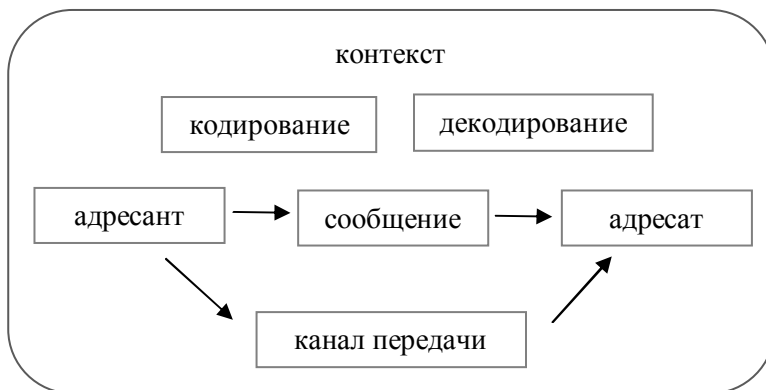


Рис. 1. Схема коммуникативного акта

Коммуникация – это вид деятельности, который всегда имеет два субъекта (два лица, её осуществляющих). Первым из них является **адресант** (говорящий или пишущий), а вторым – **адресат** (слушающий или читающий). Нет речи без адресата, а вариант речевой деятельности говорения в отсутствие другого человека определяется как общение человека с самим собой.

Сообщение понимается как процесс и результат порождения речи, т. е. текст. **Код** в речевой коммуникации – это тот язык или его разновидность (диалект, сленг, стиль), который используют участники данного коммуникативного акта. Для того чтобы смысл сообщения дошел до получателя, код не просто должен быть понят – он должен физически дойти до адресата. Здесь появляется понятие «**канала связи**». В общении друг с другом люди могут

использовать разные каналы связи. Коммуникация может быть непосредственной, прямой, как при общении лицом к лицу, так и опосредованной, предполагающей использование тех или иных технических средств для передачи и приёма сигналов (звонок на занятия, уличный светофор, телефон, радио, телевидение, интернет с его электронной почтой, группами новостей, видеоконференциями и пр.). Сегодня обычным явлением стала многоканальная (мультимедийная) коммуникация (кино, телевидение, интернет, компьютерные игры). **Контекст** (или ситуация) – это обстоятельства, в которых происходит конкретное событие. Речь приобретает определенный смысл и может быть понята только в структуре речевого контекста.

1.3. Многообразие коммуникативных процессов в природе и обществе. Когда мы говорим об общении, мы, прежде всего, подразумеваем коммуникацию между людьми. Однако обмен и передача информации происходит не только в человеческом обществе. **Коммуникация животных:** пение птиц, мяуканье кошки или крики обезьян; устрашающие позы или позы покорности; чистка пера друг у друга во время брачных игр; выделение пахучих веществ, чтобы привлечь самку или самца, отметить «свою» территорию – это тоже передача информации. В коммуникации животных есть принципиальные отличия от коммуникации людей. Главные из них состоят в том, что в своих основных проявлениях общение животных протекает инстинктивно, физиологично и вне связи с ориентированием в окружающей среде и развитие условных рефлексов. За исследования коммуникации животных К. Лоренц, Н. Тинберген и К. Фриш в 1973 г. были удостоены Нобелевской премии. Сегодня в научном сообществе широко используются термины «биокоммуникация», «зоокоммуникация».

Глубинные механизмы наследственности также имеют в своей основе передачу информации. **Наследственность** обусловлена информацией, которая «записана» путём комбинирования трёхчленных химических соединений и «прочитывается» формирующимся организмом в процессе становления. Так, в химической оболочке передаётся «сообщение», которое определит степень преемственности организма по отношению к предшествующим поколениям в строении, обмене веществ, индивидуальном развитии.

Особый класс информационных процессов составляют **процессы передачи информации внутри отдельного организма или отдельного компьютера.** Так, в организме происходит обмен информацией между разными отделами нервной системы (центральной, периферийной, вегетативной; между разными отделами головного мозга); в компьютере –

между отдельными «языками», образующими цепочку – иерархию «кодов», по которым «продвигается» (т.е. переводится) информация в ходе компьютерного решения задачи.

1.4. Теория коммуникации как наука и её функции. В научной литературе термин коммуникация появился в начале XX века. Коммуникация является объектом изучения многих наук: семиотики, социологии, этнографии, психологии, риторики, а также кибернетики, информатиологии и ряда других естественнонаучных и технических дисциплин. Каждая наука или научное направление изучает те или иные аспекты коммуникации. Однако, являясь базовыми и необходимыми для целостного изучения коммуникации, эти науки вместе с тем не становятся науками о коммуникации (у каждой из них есть свой предмет). Таковой выступает *теория коммуникации*, представляющая не беспорядочный набор сведений, добытых в других областях научного знания, а их органическое единство. Таким образом, можно сказать, что *теория коммуникации* складывалась как междисциплинарное направление (рис. 2).

Если для российской системы образования теория коммуникации – сравнительно новая учебная и научная дисциплина, то за рубежом, особенно в университетах Европы и США, уже сложилась определённая традиция её преподавания. Здесь в качестве самостоятельной академической дисциплины эта область научного знания сформировалась в середине XX в. и стала развиваться столь же быстрыми темпами, как и вызвавшая её к жизни электронно-коммуникативная революция. В течение нескольких десятилетий в США и ряде других стран читаются курсы по теории коммуникации, сложился круг авторитетных специалистов и школ, издаётся большое количество учебной и научной литературы.

Важнейшими функциями теории коммуникации как науки являются: познавательная, методологическая, прогностическая и практическая. **Познавательная функция** предполагает определение понятия коммуникации, её основных элементов, разработку основных концептуальных научных установок, представлений и терминов, объясняющих механизмы коммуникации и разделяемых всем научным сообществом (научных парадигм). С помощью познавательной функции ищут ответы на следующие вопросы: Что представляет собой коммуникативная реальность? Почему, в силу каких причин происходят те или иные коммуникативные явления? Почему им присущи эти, а не иные особенности?

Методологическая функция теории коммуникации состоит в том, чтобы разработать эффективный способ научного познания коммуникативной реальности.

Прогностическая функция – одна из важнейших функций теории коммуникации. Она предполагает определение ближайших и отдаленных перспектив развития коммуникации в человеческом обществе; оценка технических систем коммуникации с точки зрения ожидаемого от них эффекта; моделирование коммуникативных процессов в обществе с целью определения их вероятных последствий и результатов.

Практическая (инструментальная) функция теории коммуникации направлена на улучшение процесса коммуникации (с точки зрения выбора канала, объема и скорости передачи информации), выработку рекомендаций для достижения эффективной коммуникации.

1.4. Коммуникативная компетентность. В основе коммуникативной компетентности лежит опыт, который мы получаем при взаимодействии с окружающими. Накопленный опыт такого взаимодействия и сформированная на его основе коммуникативная компетентность позволяют индивиду успешно функционировать в разных сферах жизни – от личной до профессиональной.

Формирование коммуникативной компетентности зависит от свойств самого индивида, от изменений, происходящих в обществе, и от того, насколько мобилен индивид по отношению к этим изменениям. Из этих источников формируется сложный комплекс коммуникативных знаний и навыков. Этот комплекс включает в себя:

— знание норм и правил общения (делового, повседневного, праздничного и др.);

— высокий уровень речевого развития, позволяющий человеку в процессе общения свободно передавать и воспринимать информацию;

— понимание невербального языка общения;

— умение вступать в контакт с людьми с учетом их половозрастных, социально-культурных, статусных характеристик;

— умение вести себя адекватно ситуации и использовать ее специфику для достижения собственных коммуникативных целей;

— умение воздействовать на собеседника таким образом, чтобы склонить его на свою сторону, убедить в силе своих аргументов;

— способность правильно оценить собеседника как личность, как потенциального конкурента или партнера и выбирать собственную коммуникативную стратегию в зависимости от этой оценки;

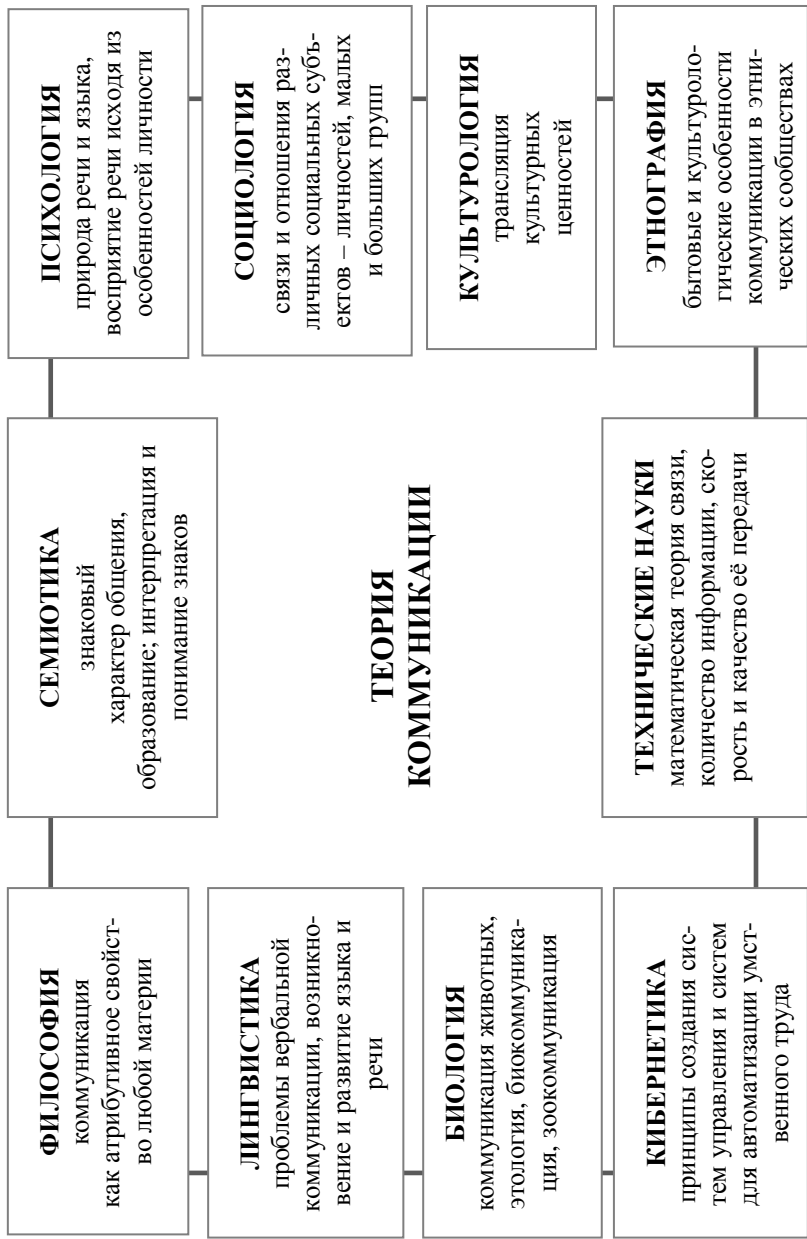


Рис. 2. Теория коммуникации как междисциплинарная наука

— способность вызвать у собеседника положительное восприятие собственной личности.

В целом формирование коммуникативной культуры, компетентности специалистов в разных сферах деятельности предполагает всесторонность, системность знаний – как гуманитарных, так и естественно-научных.

Вопросы к лекции 1:

1) Какие два подхода к пониманию коммуникации выделяются в настоящее время? В чём особенность каждого подхода?

2) Какие компоненты составляют структуру коммуникативного акта?

3) В чём назначение теории коммуникации как науки?

4) Кто, по Вашему мнению, обладает коммуникативной компетентностью? Аргументируйте свой ответ.

ЛЕКЦИЯ 2. СЕМИОТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ КОММУНИКАЦИИ

2.1. Семиотика как наука. Семиотика как наука появилась в начале XX века и с самого начала представляла собой метанауку, особого рода надстройку над целым рядом наук, оперирующую понятием знака. **Семиотика** (от греч. *semeion* – знак, признак) изучает знаки и знаковые системы как средства хранения, передачи и переработки информации в человеческом обществе, в природе и в самом человеке. В предмет семиотики не входит содержание процессов коммуникации, но только их знаковое воплощение, т.е. закономерности **семиозиса** (процесс означивания, когда нечто начинает функционировать как знак).

Знаки выступают в качестве элементарных носителей информации, а знаковые системы – в качестве элементарных баз данных о том или ином фрагменте мира. Отдельная база данных представляет собой некоторую модель соответствующего фрагмента мира. Так, знаки дорожного движения, взятые все вместе, являются обобщённой картиной современного дорожного движения, глядя на которую, мы можем узнать информацию об основных видах транспорта, основных видах дорог, основных опасных ситуациях и участниках движения.

Назначение семиотики состоит, прежде всего, в том, чтобы увидеть семиотическое единство всех информационных процессов. Осознание единства таких процессов позволяет понять своеобразие конкретных знаковых систем. Это своеобразие может зависеть от национально-культурных особенностей (ср. трактовку некоторых жестов в разных культурах), исторических реалий. Семиотика позволяет охарактеризовать семиотическую компоненту в структуре конкретной личности и социума. Люди различаются между собой тем, сколько знаковых систем доступно каждому человеку: какое количество этнических языков знает, разберётся ли в географической карте, представит ли вещь по чертежу, понимает ли нотную грамоту и под.

Для гуманитарных исследований семиотика представляет собой метод. При этом семиотика находится в особо тесных отношениях с лингвистикой, что продиктовано особым статусом языка как одной из знаковых систем. Французский учёный, один из основателей семиотики, **Ф. де Соссюр** назвал язык самой важной из знаковых систем.

2.2. Знак: дефиниция и строение. **Знак** – это материальный, чувственно воспринимаемый предмет (явление, действие), выступающий в процессе познания и общения в качестве представителя (заместителя) другого предмета (предметов) и используемый для получения, хране-

ния, преобразования и передачи информации о нём. Каждый знак имеет, во-первых, материальную сторону – это его означающее (план выражения), и, во-вторых, идеальную сторону – это значение знака, означаемое (план содержания). Обычно знак схематизируется в виде круга, разделенного пополам, одна половина которого символизирует означаемое, другая – означающее.

Однако значение не исчерпывается лишь предметным значением. Сравните следующие высказывания: *Мать обещала зайти сегодня, Мама обещала зайти сегодня, Мамуля обещала зайти сегодня*. Слова «мать», «мама», «мамуля» отсылают к одному и тому же лицу (предмету), но есть различие, которое касается эмоциональной стороны значения. Получается, кроме предметного значения существует ещё и смысловое. Открытие двух типов значения принадлежит немецкому логик *Г. Фреге* (1892 г.). Исходя из этого представления, строение знака можно представить в виде треугольника, вершинами которого будут знак, смысл (сигнификат), предмет (денотат) – см. рис. 3.

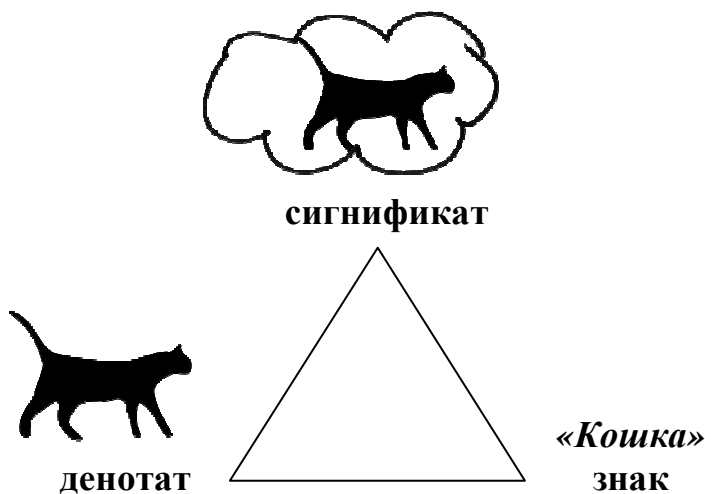


Рис. 3. Структура знака. Треугольник Г. Фреге

Вся жизнь и деятельность человека и человечества проходит в рамках этого треугольника. Три стороны треугольника Фреге дают три раздела семиотики: семантику, синтактику и прагматику. *Семантика* рассматривает отношение знаков к обозначаемому, *синтактика* изуча-

ет внутренние свойства знаковых систем, а *прагматика* исследует связь знаков с «адресатом», т.е. проблемы интерпретации знаков.

2.3. Основные законы семиотики. Выделяют следующие пять основных семиотических принципов, связанных с особенностями знака и знаковых систем:

1) Знак конвенционален. Он является результатом произвольной договорённости между людьми, поэтому связь между планом содержания и планом выражения условная.

2) Для знака характерен асимметричный дуализм. Означающее и означаемое знака могут иметь свою историю развития. Например, изменяется фонетический облик слова, но значение не меняется и наоборот.

3) Возникновение и изменение любого знака определяется двумя группами обстоятельств. Во-первых, знак как элемент знаковой системы подчиняется законам этой системы (ср. заимствованные слова начинают подчиняться фонетическим, морфологическим законам того языка, в который были заимствованы). Во-вторых, динамика знака обусловлена исторически: изменения в реальности обуславливают изменения в знаке (ср. значение исторических праздников).

4) Принцип системного соответствия: знаки могут быть проинтерпретированы только исходя из той системы, языка и культуры, к которой они принадлежат. Нельзя быть грамотным или неграмотным, культурным или некультурным вообще, можно вести себя правильно или неправильно только с точки зрения определённого культурного кода, языка, семиотической системы.

5) Принцип многоуровневости семиозиса: по мере развития семиотических систем новые этапы семиозиса происходят не на основании мира фактов, реальных вещей, а на основании знакового мира. Так, в естественных языках для одного означаемого появляется несколько означающих. Например, у слова *лицо* появился грубый синоним *морда*.

Пользуясь этим усложненным языком, говорящий, прежде чем сказать то, что говорил в первом случае, должен выбрать означающее: или «лицо» или «морда». Предположим, что он выбрал «морда». В таком случае устройство знака усложняется: прежний знак «морда», состоящий из означающего и означаемого, начинает целиком играть роль только одной стороны, – означающего, в новом, более сложном знаке.

Знаком здесь делается не слово «морда» в новом значении, а самый факт выбора одного слова из двух, отбрасывание слова «лицо» столь же важно, сколько и использование слова «морда».

2.4. Классификация знаков. Существует значительное число классификаций знаков, основанных на различиях формы, содержания, связи формы с содержанием и других параметрах. Так, если учитывать физическую (материальную) природу плана выражения знаков, то можно выделить следующие типы знаков: зрительные, слуховые, осязательные, обонятельные и вкусовые. Наиболее распространёнными среди них являются зрительные знаки, которые присутствуют в языке животных, в человеческом общении, в искусстве, математической символике и т.д. Слуховые знаки стоят на первом месте в естественных языках (ребёнок осваивает язык прежде всего через звуки речи). Обонятельные знаки, обеспечивающие дистантную связь, имеют важное значение для животных. Тактильные и вкусовые знаки не дают полного представления о предмете, используются только в коммуникации людей и животных.

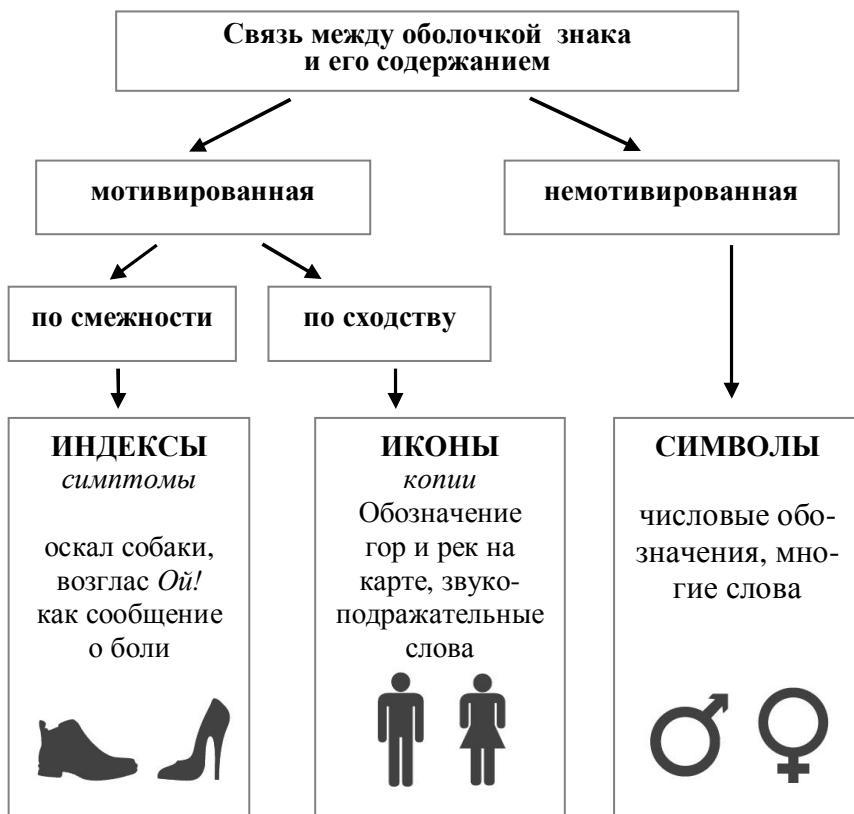


Рис. 4. Классификация знаков Ч.С. Пирса

Самая органичная и целостная классификация знаков была разработана американским математиком, естествоиспытателем и философом **Ч.С. Пирсом** (1893–1914). В основе классификации лежит степень мотивированности оболочки знака его содержанием, что обуславливает существование трёх типов знаков: индексов, икон и символов (рис. 4).

Индексы представлены в подавляющем большинстве в коммуникации животных. В общении людей к индексам можно отнести жесты, мимику, интонацию. Иконических знаков у животных очень мало, это какие-то ритуализированные поведенческие акты (брачные игры, например). В естественных языках к знакам-иконам относятся звукоподражательные слова. Иконические знаки преобладают в искусстве, потому что сущность искусства – создание подобия. Знаков-символов у животных нет, они преобладают в естественных языках и во многих искусственных знаковых системах (химические символы, музыкальная грамота, шахматы и т. д.).

Вопросы к лекции 2

- 1) Что изучает семиотика? Каковы её основные понятия?*
- 2) Какова структура знака и его основные свойства?*
- 3) Назовите универсальную классификацию знаков. Какой учёный её предложил? Какой критерий лежит в основании этой классификации?*

ЛЕКЦИЯ 3. ЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ КОММУНИКАЦИИ

4.1.. Язык и его функции. Согласно «Краткому словарю лингвистических терминов» Н.В. Васильевой (М., 1995), язык – это «социально обработанная, исторически изменчивая знаковая система, служащая основным средством общения и представленная разными формами существования, каждая из которых имеет по крайней мере одну из двух форм реализации – устную или письменную».

Одна из базовых функций языка – **коммуникативная**: язык призван служить основным средством общения, обеспечивать взаимопонимания между людьми.

Служить орудием выражения мысли – вторая фундаментальная функция языка. Эта функция получила название **когнитивная**, или мыслительная, ментальная, гносеологическая, познавательная. Она отражает тот факт, что язык используется в процессах мышления и обмена мыслями, в процессе познания действительности.

Язык и мышление – два неразрывно связанных вида общественной деятельности. Существует три взгляда на вопрос об их соотношении. Первый подход состоит в отождествлении этих двух понятий. Так, древние греки использовали слово *logos* для обозначения слова, речи, разговорного языка и одновременно для обозначения разума, мысли. Разделять понятия языка и мысли они стали значительно позднее.

Вторую точку зрения хорошо выразил один из мыслителей XX века, австрийский философ Л. Витгенштейн, который дал такое метафорическое определение языку: «язык – это одежда мыслей». Такое положение языка относительно мышления приводит к пониманию его как просто некой оболочки для мысли.

Третья точка зрения представляет язык как орудие мысли, согласно которому «мысль не просто воплощается, а совершается в слове», как писал отечественный психолог Л.С. Выготский. Другой психолог, С.Л. Рубинштейн, также подчеркивал инструментальный характер языка по отношению к мысли, обращая внимание на то, что «в речи мы формулируем мысль, но, формулируя, мы сплошь и рядом ее формируем».

В пользу третьего подхода говорят особенности развития мышления у человека. Механизмы мышления не являются врождёнными, они формируются в процессе овладения речью от полутора до пяти лет. Если ребёнок, родившийся с нормальной морфологией человеческого мозга и здоровыми органами чувств, лишается возможности овладеть речью

взрослых людей, то и интеллектуальные способности у него также не развиваются (здесь достаточно вспомнить примеры детей Маугли).

Конечно, область языка далеко не совпадает с областью мысли и мышление может существовать и без языка. В качестве доказательств можно привести сновидения, которые часто не сопровождаются речью, а «слагаются из чувственных восприятий», как писал известный русский языковед XIX в. А.А. Потебня. Также, например, творческая мысль живописца, музыканта не выражается словом и совершается без него. Известные учёные Н. Винер, А. Эйнштейн признавались, что используют в процессе общения не слова, а расплывчатые образы, игру ассоциаций, а потом уже воплощают результат в слова. Однако эти факты несколько не умаляют роль языка в процессе мышления. Как писал Н.М. Карамзин, «богатство языка есть богатство мыслей».

Помимо того, что язык тесно связан с мышлением, язык является средством выражения чувств и эмоций, что очень важно для человека. Как писал учёный-языковед Ф.Ф. Фортунатов, «язык представляет... совокупность знаков главным образом для мысли и для выражения мысли в речи, а кроме того, в языке существуют также и знаки для выражения чувствований». Язык помогает нам выразить свой внутренний мир, свои впечатления, ощущения, оценки наиболее адекватно. В этом состоит *эмоционально-экспрессивная* функция языка. Эта функция призвана не только выражать отношение автора речи к её содержанию, но и оказывать воздействие на слушателя, читателя, собеседника. Она реализуется в средствах оценки, интонации, восклицании, междометиях.

4.2. Язык и общество. Язык связан с обществом с момента возникновения. С развитием общества изменяются и совершенствуются формы и виды общения, а, следовательно, изменяется и язык. Это отражается на всех уровнях языковой системы. Ярче всего влияние общества на язык проявляется в лексической подсистеме. Наличие в языке устаревшей лексики и слов-неологизмов подтверждает тот факт, что общество на каждом этапе своего развития приспособливает язык к своим нуждам. Так, реформирование экономики в постперестроечное время привело к появлению и развитию таких областей как маркетинг, реклама, связи с общественностью, а это спровоцировало и появление большого количества слов в этих областях. Как правило, слова этих тематических групп являются заимствованными (*пиар, бренд, паблисити, мерчандайзинг*), на что есть объективные причины – российское общество здесь ориентируется на опыт западных стран.

Итак, общество влияет на развитие языка, но характер этого влияния двоякий. С одной стороны, можно говорить об объективных, стихийных изменениях. К ним, например, относится **социальная дифференциация языка**, под которой понимается возникновение разновидностей языка, обусловленных социальным расслоением его носителей, проявляющееся в наличии жаргонов, говоров, различных типов просторечия.

Помимо не зависящего от воли отдельных людей влияния общества на язык возможно и сознательное, целенаправленное воздействие государства (и общества в целом) на развитие и функционирование языка. Такие процессы получили название **языковая политика**. Сюда можно отнести такие процессы, как: совершенствование орфографии, создание письменности, издание нормативных словарей и справочников, пропаганда языковых знаний и культуры речи в средствах массовой информации.

4.3. Язык и речь. Следует различать два тесно связанных понятия – язык и речь. Язык, как было показано выше, есть орудие, средство общения; это система знаков, средств и правил говорения, общая для всех членов данного общества. **Речь** – это проявление и функционирование языка, сам процесс общения; она единична для каждого носителя языка. Это явление переменное в зависимости от говорящего лица. В лингвистике под речью понимают конкретное говорение, протекающее во времени и облеченное в звуковую форму или письменную. Отличия речи от языка состоят в следующем.

Во-первых, речь конкретна, неповторима, актуальна, разворачивается во времени, реализуется в пространстве. Тогда как язык абстрактен, воспроизводим и потенциален. Во-вторых, речь активна, линейна, стремится к объединению слов в речевом потоке. В отличие от языка она менее консервативна, более динамична, подвижна. Язык же пассивен и в его основе лежат иерархические отношения. В-третьих, речь как последовательность вовлеченных в нее слов отражает опыт говорящего человека, обусловлена контекстом и ситуацией, вариативна, может быть спонтанна и неупорядоченна. С примерами такой речи мы сталкиваемся часто в быту и на производстве. Язык же независим от обстановки.

Речь – это индивидуальное и каждый раз новое использование языка как средства общения отдельных индивидов. Например, Юрий Гагарин за несколько мгновений до старта сказал: «Поехали!». Обычно форма глагола прошедшего времени показывает действие уже совершившееся, ушедшее в прошлое. Но можно, переминаясь на пороге с ноги на ногу, сказать: *Я пошёл!* Это значит: «Я в мыслях уже вижу себя идущим».

Здесь важна особая психологическая мотивировка речи: человек своё намерение представляет «как уже нечто свершившееся».

Разница между языком и речью хороша видна при сопоставлении предложения (единицы языка) и высказывания (единицы речи). Известный русский философ и культуролог *М.М. Бахтин* писал: «Предложение как единица языка, подобно слову не имеет автора. Оно ничье, как и слово, и, только функционируя как целое высказывание, оно становится выражением позиции говорящего в конкретной ситуации речевого общения».

4.4. Речевой акт. Коммуникация реализуется в конкретных коммуникативных ситуациях согласно нормам речевой деятельности, которая состоит из мотивированных речевых действий коммуникантов. Эти действия получили название речевых актов. Основы теории речевых актов были заложены английским философом *Джоном Остином* в 1955 г.

Речевой акт – это целенаправленное речевое поведение, совершаемое в соответствии с правилами речевого поведения, принятыми в данном обществе (экзамен, прием у врача, репортаж, интервью и т.п.).

Выделяют три аспекта речевого акта: локутивный, иллокутивный и перлокутивный. *Локутивная* грань – собственно говорение, произнесение (звуки, слова, языковые знаки); *иллокутивная* связана с намерением (локуции могут использоваться в разных функциях, т.е. обладать разной *иллокутивной силой*, рис. 5); *перлокутивная* грань отражает целенаправленное воздействие на мысли и чувства.

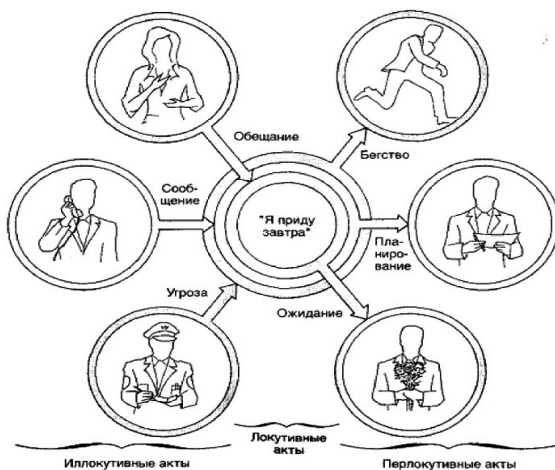


Рис. 5. Структура речевого акта

Существует несколько *типологий речевых актов*, выделенных по признаку намеренности, функции, психологического состояния и др. На их основе разработаны классификации, включающие от 5 до 14 типов. Наиболее типичными являются следующие виды речевых актов с точки зрения иллокутивных сил:

- *репрезентативы* – информационные сообщения, описания, объяснения («Часы отстают»);
- *директивы* – распоряжения, просьбы, приказы, побуждения («Отправьте телеграмму!»);
- *комиссивы* – обещания, принятие обязательств («Обещаю закончить работу в срок»);
- *экспрессивы* – выражения эмоционального состояния, принятые формулы речевого этикета («Благодарю Вас! Извините»);
- *декларации* – назначения, присвоение званий, вынесение обвинения («Назначаю дежурным по объекту!»).

Один и тот же тип речевого акта в одной и той же ситуации может быть реализован на вербальном уровне коммуникации при помощи различных слов, разного их сочетания, логического ударения, интонации, паузы и других коммуникативных средств. Следовательно, подлинная реализация речевого акта, его актуализация совершается в высказывании.

4.5. Дискурс. Последовательность речевых актов составляет связную речь – так называемый *дискурс*. Дискурс – это, фактически, «творимый» в речи связный текст. В дискурсе актуализируются невербальные средства, правила речевого этикета. Недаром говорят, что дискурс – это речь, «погруженная в жизнь». Поэтому дискурс является объектом изучения в лингвистике, паралингвистике, психологии, социологии, этнографии, литературоведении, стилистике, а также в прикладной лингвистике. Для дискурса характерны тематическая связность, ситуативная обусловленность, динамичность, социальная ориентация, недискретность и неоднородная структурированность.

Типология дискурса представлена в работах *В.И. Карасика*, который выделяет персональный (лично-ориентированный) и институциональный дискурсы. В первом случае говорящий выступает как личность во всем богатстве своего внутреннего мира, во втором случае – как представитель определенного социального института (см. подробнее рис. 6).

ПЕРСОНАЛЬНЫЙ

Бытовой

Общение между хорошо знакомыми людьми для поддержания контакта и решения обиходных проблем. Оно диалогично, пунктирно, спонтанно; характерна ситуативная зависимость, ярко выраженная субъективность и нарушения логики.

Бытийный

Общение преимущественно монологично, развёрнуто, насыщено смыслами. Попытка раскрыть свой внутренний мир. Представлен в произведениях художественной литературы, философских и психологических текстах.

ДИСКУРС

Политический

Медицинский

Педагогический

Дипломатический

Религиозный

Спортивный

Юридический

Рекламный

Научный

Военный

СМИ

Сценический

ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫЙ

Два системообразующих признака:
цели и участники общения

Рис. 6. Типы дискурсов

Вопросы к лекции 3:

- 1) *Что такое язык? Каковы его основные функции?*
- 2) *Как общество влияет на язык? Приведите примеры.*
- 3) *В чём разница между языком и речью?*
- 4) *Кем было предложено понятие речевого акта? Какие стороны речевого акта выделяются в настоящее время? Назовите виды речевых актов.*
- 5) *Какие типы дискурсов Вам известны? В чём их особенности?*

ЛЕКЦИЯ 4. ЗАКОНЫ И ПРИНЦИПЫ КОММУНИКАЦИИ

4.1. Законы теории коммуникации. Законы, формулируемые теорией коммуникации, во многом определяются её предметом и характеризуются спецификой сложившихся информационных связей в природе и обществе. Они заключаются в следующем:

1) Всякая коммуникация представляет собой взаимодействие, характеризующееся обменом всякого рода информацией, следовательно, должно быть не менее двух сторон – участников коммуникационного взаимодействия.

2) «Закон обратной связи»: всякая коммуникация как информационное взаимодействие основана на принципе обратной связи, которая выступает необходимым условием осуществления коммуникативного акта.

3) Всякая коммуникация имеет знаковый характер. Ядром исследования коммуникации является изучение используемых в её процессе знаков, а также правил, которым подчиняются эти знаки. Не существует коммуникации без определенной системы знаков, которые могут быть самой разной природы. Под знаками в данном случае понимается определенная информация, используемая при общении между людьми.

4) «Закон минимального основания»: для осуществления коммуникации необходимо наличие хотя бы одного общего для источника и приёмника основания в виде системы знаков или правил приёма и передачи, кодирования и декодирования информации.

5) «Закон гетерогенности коммуникативных систем»: коммуникация возможна лишь при несовпадении (неполном совпадении) информационных потенциалов взаимодействующих систем, поскольку полное совпадение совершенно обесценивает какой-либо обмен информацией между коммуникантами.

6) Количество передаваемой информации обратно пропорционально частоте передаваемых сигналов: чем более редок сигнал (знак), тем он более информативен.

4.2. Коммуникативный кодекс: максимы Г. Грайса и Д. Лича. Для гармонизации общения важно, чтобы собеседники отдавали себе отчёт в каждом из своих речевых поступков. Если речевые действия собеседников сознательны и преднамеренны, то они могут быть рассмотрены с позиций коммуникативного кодекса. *Коммуникативный кодекс* представляет собой сложную систему принципов, регулирующих речевое поведение обеих сторон в ходе коммуникативного акта.

Одной из первых теорий, описывающей эту систему, считается принцип кооперации Г. Грайса и категория вежливости Дж. Лича.

Согласно теории лингвиста и философа *Герберта Пола Грайса* (1913–1988), обычно диалог представляет собой особого рода совместную деятельность участников, каждый из которых в какой-то мере признает общую для них обоим цель (цели) или хотя бы «направление» диалога. Такого рода цель или направление могут быть заданы с самого начала или выявляются в процессе общения. В любом случае, на каждом шагу диалога некоторые реплики исключаются как коммуникативно неуместные. Отсюда вытекает основное требование к коммуникантам в процессе взаимодействия: «Твой коммуникативный вклад на данном шаге диалога должен быть таким, какого требует совместно принятая цель (направление) этого диалога».

Принцип Кооперации состоит из следующих коммуникативных постулатов (максим / maxims):

1) **Максимы количества**: «Твое высказывание должно содержать не меньше информации, чем требуется (для выполнения текущих целей диалога)»; «Твое высказывание не должно содержать больше информации, чем требуется» (болтливость не приветствуется).

2) **Максимы качества**: «Не говори того, что ты считаешь ложным»; «Не говори того, для чего у тебя нет достаточных оснований».

3) **Максимы отношения**, или релевантности: «Не отклоняйся от темы» (говори о том, что обсуждается).

4) **Максимы способа** (общий смысл: «выражайся ясно»): «Избегай непонятных выражений»; «Избегай неоднозначности»; «Будь краток (избегай ненужного многословия)»; «Будь организован».

Помимо принципа Кооперации лингвистом *Джефффри Личем* (1936–2014) был предложен Принцип Вежливости. Это универсальный принцип, суть которого заключается в выборе особой стратегии поведения, исключающей конфликтность в общении: «Своди к минимуму (при прочих равных условиях) выражение невежливых мнений и суждений и доводи до максимума выражение вежливых мнений и суждений». Д. Лич выделяет шесть категорий вежливости, соблюдение которых позволяет собеседникам избежать конфликтных ситуаций. К этим принципам относятся:

1) **Постулат такта**. Это максима границ личной сферы. В идеале любой коммуникативный акт предусматривает определенную дистанцию. Не следует затрагивать тем, потенциально опасных (частная жизнь, индивидуальные предпочтения и пр.).

2) **Постулат великодушия.** Успешный коммуникативный акт не должен быть дискомфортным для участников общения. Не следует связывать партнера обещанием или клятвой.

3) **Постулат одобрения.** Это позитивность в оценке других (Не судите, да не судимы будете; Не осуждай других). Если оценка мира не совпадает с оценкой собеседника, то это сильно затрудняет реализацию собственной коммуникативной стратегии.

4) **Постулат скромности.** Это позиция неприятия похвал в свой адрес. Одним из условий успешного развертывания коммуникативного акта является реалистическая, по возможности объективная самооценка. Чрезмерно завышенные или заниженные самооценки могут отрицательно повлиять на установление контакта.

5) **Постулат согласия.** Это максима неоппозиционности. Она предполагает отказ от конфликтной ситуации во имя решения более серьезной задачи – сохранения предмета взаимодействия, «снятие конфликта» путем взаимной коррекции коммуникативных тактик собеседников.

6) **Постулат симпатии.** Это позиция благожелательности, которая создает благоприятный фон для перспективного предметного разговора. Неблагожелательность делает речевой акт невозможным. Определенную проблему создает так называемый «безучастный контакт», когда собеседники, не будучи врагами, не демонстрируют доброжелательности по отношению друг к другу. Максима доброжелательности дает основание рассчитывать на положительное развитие речевой ситуации с намечающимся конфликтом.

Для разных культур те или иные постулаты будут более важными. Так, для европейских стран на первый план выходит постулат такта, а для стран Азии – постулат скромности.

4.3. Условия эффективного общения. Общение считается успешным, если передаваемое сообщение достигает адекватного смыслового восприятия со стороны адресата, т.е. адресат трактует основную идею высказывания в соответствии с замыслом адресанта (субъекта). Неадекватное понимание устного и письменного сообщения у отправителя и получателя может привести к серьезным ошибкам во время выработки и принятия решения, стать причиной нежелательных конфликтов.

Как отмечают исследователи, успешность речевого общения и его неудачи зависят не только от выбора говорящими языковых форм. Большое влияние на эффективность речевой коммуникации оказывают многие экстралингвистические (внеязыковые) факторы. Специалисты к ним относят: потребность в общении, коммуникативную заинтересо-

ванность; настроенность на мир собеседника, близость мировоззрения говорящего и слушающего; умение слушателя проникнуть в замысел (намерение, интенцию) говорящего; внешние обстоятельства (присутствие посторонних, физическое состояние), знание норм этикетного речевого общения и др.

Очень важно создать *позитивный коммуникационный климат*, помогающий установить контакт и взаимопонимание в процессе общения. По данным зарубежных ученых, количество передаваемой информации, её точность увеличиваются в атмосфере доверия и открытости между участниками общения.

Созданию такого климата способствует соблюдение участниками диалога принципа кооперации Грайса и принципа вежливости Лича, установление партнёрских отношений, а также применение ряда психологических принципов общения, сформулированных в научной и методической литературе.

— *Принцип равной безопасности*, предполагающий непричинение психологического или иного ущерба партнёру в информационном обмене. Этот принцип запрещает оскорбительные выпады против реципиента, унижение чувства собственного достоинства партнёра. Ярлыки, грубые слова и выражения, обидные реплики, оскорбления, презрительный и насмешливый тон могут вывести человека из состояния равновесия, нанести ему моральную травму и даже физический ущерб здоровью, а значит, помешать восприятию и пониманию информации.

— *Принцип децентрической направленности* означает непричинение ущерба делу, ради которого стороны вступили во взаимодействие. Суть этого принципа состоит в том, что силы участников коммуникации не должны тратиться на защиту амбициозных, эгоцентрических интересов. Их следует направлять на поиск оптимального решения проблемы. Децентрическая направленность — это умение анализировать ситуацию или проблему с точки зрения другого человека, исходя не из собственных интересов, а из интересов дела. Нередко люди, руководствуясь самыми разными мотивами, в пылу эмоций забывают о самом предмете обсуждения.

— *Принцип адекватности того, что воспринято, тому, что сказано*, то есть непричинение ущерба сказанному путём намеренного искажения смысла. Порой участники общения сознательно искажают позицию оппонента, передергивают смысл его слов, чтобы таким образом добиться преимуществ в разговоре. Это приводит к разногласиям и взаимному непониманию.

Установлению благоприятного климата речевого общения способствуют также и следующие факторы:

— признание не на словах, а на деле плюрализма мнений, наличия разных точек зрения на проблемы современной жизни, что является необходимой предпосылкой демократического решения вопросов;

— предоставление каждому возможности осуществить своё право высказать собственную точку зрения;

— предоставление равных возможностей в получении необходимой информации для обоснования своей позиции;

— осознание того, что необходимость конструктивного диалога диктуется не волей отдельных лиц, а реально сложившейся ситуацией, связана с решением жизненно важных проблем для той и другой стороны;

— определение общей платформы для дальнейшего взаимодействия и сотрудничества, стремление найти в высказываниях партнёра и в его поведении то, что объединяет с ним, а не разъединяет, поиск общих точек соприкосновения.

Необходимым условием эффективной речевой коммуникации является *умение слушать*. Это умение важно не только для реципиента, но и для коммуникатора, так как диалогический характер общения признается наиболее эффективным и предпочтительным.

Несоблюдение перечисленных условий, игнорирование названных принципов превращает конструктивный диалог в деструктивный, препятствует организации эффективной речевой коммуникации. Главная причина появления деструктивных элементов в процессе общения – стереотипно-догматическое мышление, нетерпимость к чужому мнению. Основанием деструктивности могут стать и личностные особенности его участников: эгоизм, амбициозность, уверенность в собственной непогрешимости, категоричность суждений, неспособность идти на компромисс, а также отсутствие здравого смысла, непонимание реальных процессов, происходящих в обществе.

Вопросы к лекции 4:

1) *Что составляет коммуникативный кодекс? Работы каких учёных повлияли на его определение?*

2) *Что определяет эффективность общения?*

ЛЕКЦИЯ 5. СТРУКТУРА И ФУНКЦИИ КОММУНИКАЦИИ

Коммуникативный процесс может приобретать различные формы в зависимости от числа участников, целей участвующих сторон, используемых средств, стратегий и пр. Отсюда и большое количество моделей коммуникации, представленных в научной и учебной литературе.

5.1. Античная модель коммуникации. В пособиях по теории коммуникации античную модель, как правило, связывают с именем древнегреческого философа *Аристотеля* и его трудом «Риторика». Однако ещё до Аристотеля представление о речевой ситуации заложено в работах *Платона* (428–348 до н.э.), который воспроизводил и фиксировал идеи своего учителя *Сократа*.

В диалоге Платона «Федр» читаем следующее: «Поскольку сила речи заключается в воздействии на душу, тому, кто собирается стать оратором, необходимо знать, сколько видов имеет душа: их столько-то и столько-то, они такие-то и такие-то, поэтому слушатели бывают такими-то и такими-то. Когда это должным образом разобрано, тогда устанавливается, что есть столько-то и столько-то видов речей и каждый из них такой-то. Кто достаточно всё это продумал, тот станет наблюдать, как это осуществляется и применяется в действительности... Когда же он будет способен определять, какими речами какого человека можно убедить, тогда при встрече с таким человеком он сразу может распознать его... Сообразив всё это, он должен учесть время, когда ему удобнее говорить, а когда и воздержаться». Специально идёт в диалоге и разговор о говорящем: Сократ отмечает, что «важно, кто говорит и откуда он».

Итак, получается следующая структура речевой ситуации:

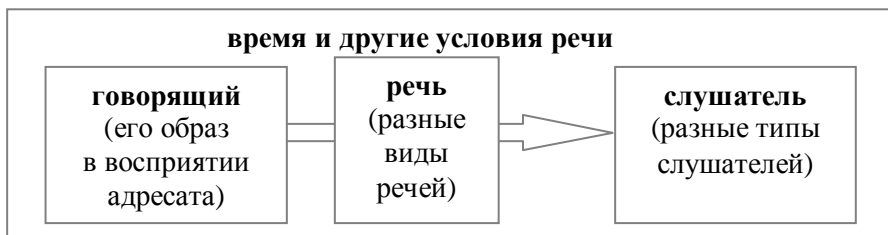


Рис. 7. Античная схема ораторской речи

5.2. Модель Г. Лассуэлла. В 1948 г. американский учёный *Гарольд Лассуэлл* (1902–1978) предложил свою модель коммуникации, разрабо-

танную на основе опыта ведения пропаганды в армейских подразделениях во время Второй мировой войны и ставшую классической в социологии массовой коммуникации (см. Рис. 8).

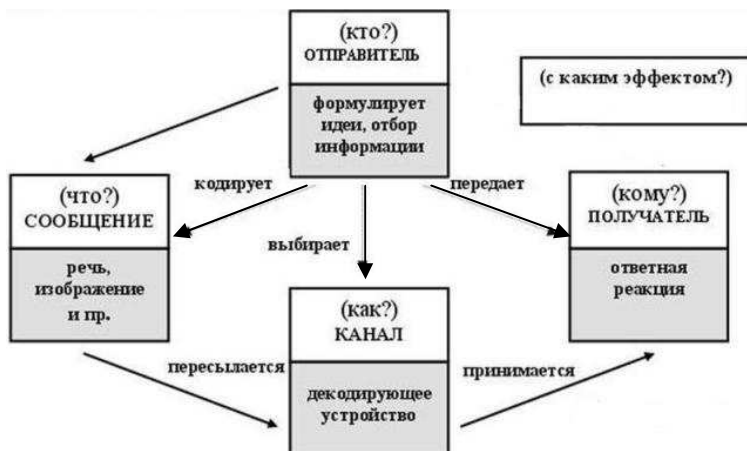


Рис. 8. Схема коммуникации Г. Лассуэлла (1948 г.)

В 1968 г. Г. Лассуэлл предложил более подробную версию своей модели коммуникации. Она также предполагает изучение процесса коммуникации с помощью ответов на следующие вопросы:

Кто? Определение источника информации, который может и не совпадать с коммуникатором, непосредственно её передающим (это может быть как одно лицо, так и разные лица).

С каким намерением? Ключевой вопрос. Ясное понимание цели (информирование, инструктирование или же мотивирование аудитории) определяет подбор остальных компонентов коммуникации для того, чтобы она была эффективной.

В какой ситуации? Определение того, в какой ситуации (благоприятной, неблагоприятной или нейтральной) осуществляется коммуникативный акт, а также оценка естественных и искусственных барьеров между коммуникатором и аудиторией.

С какими ресурсами? К ресурсам коммуникации относят как самих специалистов (коммуникаторов), так и финансовые и информационные средства, которыми они располагают, а также эффективные коммуникативные технологии, приёмы, методы и т.п.

Используя какую стратегию? Стратегия это не только определение перспективных целей, но и подбор адекватных им средств и путей их достижения. Стратегия коммуникации определяется в первую очередь характером цели, особенностями аудитории, наличием ресурсов. При выборе стратегии руководствуются решением следующих задач: обеспечение возможно более полной информации; обеспечение надежной, быстрой и эффективной обратной связи. Возможны случаи, когда из-за отсутствия необходимых средств приходится отказываться от великолепно разработанной стратегии.

На какую аудиторию? Эффективная коммуникация связана с правильным выбором аудитории (массовой, специализированной, отдельных людей). Поиск «своей» аудитории и умение подобрать к ней соответствующие средства и способы коммуникативного влияния требуют высокого профессионализма и владения методами и методиками конкретных социальных исследований.

С каким результатом? Оценка итога совокупных усилий участников коммуникационного процесса. Коммуникация эффективна, если поставленные цели реализованы в установленные сроки и с наименьшими издержками. Коммуникативная эффективность обусловлена изменением в знаниях и установках, убеждениях или поведении получателя информации.

Формула Г. Лассуэлла стала не только моделью, отражающей структуру коммуникационного процесса, но и моделью исследования этого процесса, его структуры и отдельных элементов. Вместе с тем эта модель обладает существенным недостатком – она монологична, в ней не представлена обратная связь. Монологичность формулы Лассуэлла вызвана тем, что в ней выражен бихевиористский подход: сообщения отправителя оказывают прямое воздействие, а получатель сообщения выступает лишь в качестве объекта, реагирующего на полученную информацию.

5.3. Математическая модель Шеннона–Уивера. В 1949 г. американские учёные-математики К. Шеннон и У. Уивер предложили графическую линейную модель коммуникации. К. Шеннон, будучи сотрудником лаборатории телефонной компании Белла, работал над проблемой улучшения передачи информации по телеграфному или телефонному каналу, находящемуся под воздействием электрических шумов. Данная теория первоначально была разработана с целью отделить фоновые шумы от полезной информации, передаваемой источником. По Шеннону, преодоление шумов может быть достигнуто путем использования избыточности сигналов (т.е. повторения элементов сообщения для предупреждения коммуникативной неудачи). По содержанию математическая коммуникативная модель Шен-

нона–Уивера близка модели Г. Лассуэлла и является своего рода её графическим аналогом. Она включает в себя пять основных компонентов, расположенных в линейной последовательности: источник информации → передатчик (кодирование) → канал → приемник (декодирование) → получатель информации. Помимо основных компонентов, модель учитывает фактор шума (внешние помехи).

Достоинство данной модели заключается в том, что с её появлением возникло представление о скорости и количестве передаваемой информации. Вместе с этим модель Шеннона–Уивера имеет определённые ограничения. Она механистична, потому что отражает в основном технические способы коммуникации, а человек включается в нее лишь в качестве «источника» или «приёмника» информации. Модель не учитывает значения передаваемой информации (всё внимание уделяется лишь её количеству). Для модели характерен однонаправленный линейный характер коммуникативного процесса, т. е. отсутствие обратной связи.

5.4. Схема и функции коммуникации Р. О. Якобсона. Российский и американский лингвист и литературовед Р. О. Якобсон (1896–1982) развивал идеи Г. Лассуэлла, У. Уивера, К. Шеннона и др. в гуманитарной сфере. Согласно его модели, независимо от вида, типа, уровня коммуникации и сообщения (текст, скульптура, архитектурный памятник, картина, танец и проч.) для анализа выделяется шесть базисных элементов, соответствующих различным аспектам коммуникативного процесса: адресант, сообщение, адресат, контакт, код, контекст.

В рассматриваемой модели под *кодом* понимается совокупность средств выражения – язык, в котором составлено сообщение, под *контактом* – связь между адресатом и адресантом, обуславливающая возможность установить и поддерживать коммуникацию: физический канал, медиа, психологическая связь или производственные отношения и др.

Согласно замыслу Якобсона, каждому из шести элементов речевой коммуникации соответствует особая функция, которая отражает значимость соответствующего аспекта в данном акте коммуникации:

1) **Эмотивная** (экспрессивная): сосредоточена на адресате и имеет своей целью прямое выражение говорящего к тому, о чём он говорит, или, как пишет сам Якобсон, «она связана со стремлением произвести впечатление определенных эмоций у реципиента». Эта функция окрашивает все высказывания в определенную тональность. Когда человек пользуется экспрессивными элементами, чтобы выразить гнев, радость, изумление, он безусловно передает информацию, но уже о себе, т.е. информацию субъективного плана.

2) **Конативная** функция служит для побуждения реципиента. Проявляется как в форме прямого приказа, или призыва, так и в более завуалированных формах суггестии и манипуляции. Служит для привлечения внимания, реализации основных целей рекламы, агитации и т.п.: заголовки печатных СМИ, анонсы медиапродуктов. На сайтах интернет-магазинов: выделение кнопок «купить» или «положить в корзину» и прочее. Вербальные выражения повелительной модальности: «стой», «смотри», «послушай».

3) **Референтивная** функция доминирует в повседневной коммуникации. Референция (от лат. referre «сообщать, докладывать; называть; соотносить») – это содержание сообщения. В осуществлении референции, т. е. в сообщении определённой информации, состоит коммуникативная функция языка /речи. Это главная функция языка и основная функция большинства коммуникативных актов.

4) **Фатическая** функция служит для инициации, поддержания и прекращения коммуникации. Это обмен ритуальными формулами или даже целыми диалогами, единственная цель которых – поддержание коммуникации. При вербальном общении: «алло», «приём», «как слышно?», «пока!». Поднятие и опускание занавеса в театре, выделение абзацем и др. Эту функцию первой усваивают дети; стремление вступать в коммуникацию появляется у них гораздо раньше способности передавать или принимать информативные сообщения.

5) **Метаязыковая** функция служит для установления адекватности кода сообщения коду получателя, адекватности декодирования. Устанавливает тождество высказывания. Здесь стоит сказать, что есть объектный язык, на котором говорят о внешнем мире и есть метаязык, на котором говорят о самом языке. Мы пользуемся метаязыком и в повседневной жизни, например, «вы говорите по-русски?»; «вы понимаете, о чём я говорю?».

6) **Поэтическая** функция. Внимания направлено на сообщение ради него самого, а не ради референта, контакта или адресата. Это наиболее важная функция в произведении искусства. Выражается подбором шрифтов, цветовых гамм, стиля сайта, в вербальном общении – рифмой, «изысканным словом» и др.

Вопросы к лекции 5:

- 1) *Какие модели коммуникации Вам известны?*
- 2) *В чём особенность структурных моделей Гарольда Лассуэлла? Каковы достоинства и недостатки данных моделей?*
- 3) *Кто создал математическую модель коммуникации? В чём её преимущества и недостатки?*
- 4) *Какие функции коммуникации предложил выделять Р.О. Якобсон?*

ЛЕКЦИЯ 6. УРОВНИ КОММУНИКАЦИИ

6.1. Межличностная коммуникация: аксиомы, стратегии и стили общения. Межличностный характер коммуникации означает, что взаимодействие происходит между небольшим числом людей. Как правило, это взаимодействие 1) в большей мере спонтанное и непосредственное, т. е. его участники находятся в пространственной близости, имеют возможность легко осуществлять обратную связь; 2) лично ориентировано, т. е. предполагается, что каждый из его участников признаёт незаменимость, уникальность своего партнёра, принимает во внимание особенности его эмоционального состояния, самооценки, личностных характеристик и в свою очередь рассчитывает на встречное внимание; 3) характеризуется сменой направленности информации и коммуникативных ролей и более «свободным» (по сравнению с другими уровнями коммуникации) отношением к соблюдению принятых норм общения.

Австрийско-американский психолог и психотерапевт *Пауль Вацлавик* (1921–2007) описал важнейшие *аксиомы* человеческой *коммуникации*, знание которых позволяет избежать «тупиков» при межличностном взаимодействии.

Аксиома 1. Невозможность отсутствия коммуникации. Как бы человек ни старался, он не может не вступать в коммуникацию. Активность или пассивность, слова или молчание – все это передает информацию: влияет на других людей, которые в свою очередь не могут не ответить на эту коммуникацию и, следовательно, сами в нее вступают. Невозможность не вступать в коммуникацию делает все ситуации, в которые включены два или более человека, межличностными, коммуникационными.

Аксиома 2. Любая коммуникация имеет уровень содержания и уровень отношения. В процессе коммуникации не только передается информация, но одновременно определяется характер отношений между коммуникаторами. Уровень содержания – это та информация, которая передается в сообщении. На уровне отношений передается то, как это сообщение должно быть воспринято. Отношение может быть выражено как речевыми приёмами, так и невербально с помощью крика, улыбки или других способов. В межличностном общении экспрессивная окраска сообщения часто более важна, чем его содержание. Вместе с тем, чем более спонтанны и «здоровы» отношения, тем более аспект отношений отходит на второй план.

Аксиома 3. Пунктуация последовательности событий. Люди организуют своё взаимодействие, опираясь на собственное представление о важном и неважном, причинах и следствиях поступков, на интерпретацию смысла происходящего. Эти смысловые доминанты организуют поведенческие события, оказывая существенное влияние на происходящее взаимодействие (подобно тому, как знаки пунктуации задают смысл предложению). Несогласие относительно пунктуации последовательности событий лежит в основе возникновения бесконечных проблем во взаимоотношениях. Мы не можем быть уверены ни в том, что другой обладает тем же объемом информации, ни в том, что он сделает такие же выводы из этой информации. Решение вопроса о том, что является важным, а что нет, совершенно по-разному происходит у разных людей.

Аксиома 4. Симметрическое и комплементарное взаимодействие. Отношения между людьми базируются либо на равенстве, либо на отличии. В первом случае партнёры стараются скопировать поведение друг друга, поэтому их отношения можно назвать симметрическими. Во втором случае поведение одного партнера дополняет поведение другого, такой тип взаимодействия называется комплементарным. Симметричные отношения, таким образом, характеризуются равенством и минимизацией различий, в то время как особенностью комплементарного взаимодействия является доведение различий до максимума.

Аксиома 5. Коммуникация может быть как намеренной, так и ненамеренной, эффективной и неэффективной. Нельзя сказать, что коммуникация имеет место только тогда, когда она произвольна, осознанна и успешна, т. е. когда достигается взаимное понимание. Разумеется, люди обдумывают своё поведение (речь, манеры), особенно в ситуациях небытовых. Однако нередко мы действуем необдуманно, о чём можем впоследствии сожалеть. Нежелательные последствия, к которым может привести ненамеренная коммуникация, делают актуальными способности и навыки «сохранения лица» как своего, так и другого.

Аксиома 6. Коммуникация необратима. Иногда и хотелось бы вернуть время, исправить слова или поступки, но, к сожалению, это невозможно. Последующие объяснения с партнёром могут что-то исправить, извинения могут смягчить обиду, однако созданное впечатление изменить очень сложно.

Выделяют разные *стратегии межличностного взаимодействия*. В основу их различия может быть положена ценностная ось «отношение к другому как к ценности (продуктивное взаимодействие) – отношение к другому как к средству (непродуктивное)». Так, Е.Л. Доценко называет

следующие установки: *доминирование, манипуляция, соперничество, партнёрство, содружество*. Собственно только последний тип взаимодействия можно назвать продуктивным.

Выбор той или иной стратегии межличностного взаимодействия зависит от коммуникативного стиля. Понятие *коммуникативного стиля* обозначает привычные, устойчивые способы поведения, присущие данному человеку, которые он использует при установлении отношений и взаимодействии с другими людьми. Стиль представляет собой проявление целостности индивидуальности. Он связан с определённой направленностью и системой ценностей личности. Стиль помогает индивидуальности наиболее эффективно приспособиться к требованиям среды. Понимание собственного коммуникативного стиля и умение распознавать стиль партнёра по коммуникации – важные характеристики коммуникативной компетентности.

6.2. Групповая коммуникация: роли, нормы, лидерство, стадии развития группы. В тех ситуациях, когда люди вступают в общение в малых группах (количество их членов может быть от 3 до 20–30 человек), принято говорить о *групповой коммуникации*. В групповой коммуникации продолжают действовать все закономерности, присущие межличностной коммуникации, однако, появляются и специфические для данного типа коммуникации феномены, к которым относятся:

— *процесс межличностного влияния*: лидерство и руководство в группе, стимулирование группы, нацеливание её на выполнение определённых задач;

— *процесс принятия группового решения*: обсуждение значимых для группы проблем, во время которого происходит выяснение позиции её членов, оценка проблемы, поиск и выработка общего группового решения;

— *структура коммуникации в группе*: совокупность позиций членов группы относительно получения и хранения значимой для группы информации.

Основными (конституирующими) признаками любой группы являются *общие интересы, цели, задачи, ценности* членов группы и *коммуникация внутри группы*. Без взаимодействия и взаимообмена мнениями между членами группа не может сформироваться.

В каждой группе вырабатывается *набор ролей и моделей* коммуникативного поведения в определённой ситуации (например, на собрании: председатель, секретарь, президиум; менее официальные: *наш дурачок, наш Наполеон* и т.п.). Роли могут меняться со временем, с развитием члена группы как личности (ср. ребёнок в японской семье: *до восьми лет – господин, после восьми – раб, после шестнадцати – равный*). В рамках группы каждый

обладает определённым статусом-ролью (*лидер – ведомый, начальник – подчиненный, преподаватель – студент*), что иногда может поддерживаться дополнительно вербальными и невербальными маркерами (*Ваши величество, товарищ, знаки отличия, корона, форма* и т.п.).

Высшей степенью развития любой группы является команда. **Команда** – это группа, имеющая высокий уровень продуктивности. В команде обеспечивается наиболее эффективное и экономичное достижение результатов, а также происходит удовлетворение личных и социальных потребностей её членов. По мнению американского психолога **Брюса Такмана**, чтобы стать командой, группа должна пройти в своём развитии несколько стадий. Для каждой стадии характерны свои задачи, нормы поведения, социальные контакты и роль лидера (см. таблицу).

Важную роль в становлении и развитии любой группы играет тот член, который берёт на себя роль лидера. **Лидерство** можно определить как способность влиять на людей, чтобы достигать организационных целей. Лидеры вовлекают других людей в процесс достижения целей. Личность лидера и стиль его поведения как доминирующего лица во многом определяют судьбу каждого участника и всей группы в целом. Сколь разнообразны люди и группы, столь же многообразны лидеры и их поведение.

Под стилем лидерства понимается совокупность характерных для лидера приёмов и способов решения задач управления. Наиболее популярная классификация стилей лидерства была предложена германо-американским психологом **Куртом Левиним** (1890–1947). Эта классификация включает следующие стили лидерства:

— **авторитарный стиль**: руководитель все решает сам, без обсуждения с сотрудниками или руководствуясь их мнением в малой степени;

— **демократический стиль**: руководитель обсуждает вопросы с сотрудниками и учитывает их мнения. По сути, решение вырабатывается совместно, руководитель только управляет ходом совместного обсуждения;

— **попустительский стиль**: руководитель в стороне, сотрудники принимают решения самостоятельно.

6.3. Массовая коммуникация: функции и условия функционирования. Процессы массовой коммуникации (МК) характеризуются сложностью и неоднородностью. К условиям её возникновения и функционирования В. П. Конецкая относит следующие: технические средства, социальная значимость информации, массовая аудитория и многоканальность.

Стадии развития группы

Стадии существования	Задачи	Поведение	Социальные контакты	Роль и поведение лидера
Формирование	Прояснение оснований для совместной работы. Устранение сомнений, опасений	Вежливое ожидание, независимость	Пары, тройки	Проявление событий, внесение ясности
Бурление	Самоопределение, установление статуса и роли, достижение и демонстрация индивидуальных результатов, получение первых оценок	Межличностные конфликты по поводу прав и ответственности, статуса и роли	Конфликты между подгруппами, межличностные, с лидером	Сглаживание конфликтов, обучение / развитие взаимопонимания и диалога
Упорядочивание	Обмен информацией, формирование норм, правил поведения	Признание других, начало сотрудничества, разделение ответственности, получение удовольствия от совместной работы	Групповая работа, борьба с лидером за независимость и свои групповые нормы и правила (в отличие от организационных и личностных)	Поощрение формирования новых стандартов поведения в разумных пределах
Продуктивность	Решение задач, высшая производительность	Стремление к улучшениям, положительная оценка деятельности и самооценка	Всеобщие контакты за поведение, собственные согласованные роли	Собственная, согласованная с группой роль

Среди *технических средств*, обеспечивающих коммуникацию, принято различать средства массовой информации (СМИ), средства массового воздействия и собственно технические средства. К СМИ относятся периодическая печать (пресса), радио и телевидение. К средствам массового воздействия относятся кино, театр, цирк, все зрелищные представления и художественная литература. Средства массового воздействия не отличаются регулярностью обращения к массовой аудитории. Технические средства коммуникации (телефон, телеграф и т.п.) не имеют массового охвата аудитории, и передаваемая информация может носить сугубо личный характер, не связанный с социально значимыми реалиями. СМИ обеспечивают регулярность и тиражированность информации и благодаря этому являются мощным механизмом воздействия на массовую аудиторию.

Воздействие информации зависит от того, насколько она соответствует *социальным запросам аудитории* и насколько регулярна. Наряду с социальной актуальностью смысловой информации, большое значение имеет оценочная информация. Получатель информациивольно или невольно «ожидает» оценочную информацию. Именно оценочная информация в значительной степени способствует формированию общественного мнения. А это уже рычаг, которым пользуются политические силы общества для достижения своих целей.

Массовая аудитория как компонент МК характеризуется неоднородностью, рассредоточенностью (по территориальному признаку) и анонимностью. При помощи МК отдельные индивидуумы могут устанавливать и поддерживать отношения и связи не только внутри своей социальной группы, но и с более широкой социальной средой.

МК отличается *многоканальностью*: используются визуальный, аудиальный и аудиально-визуальный каналы, обусловленные спецификой СМИ. Основное различие между ними заключается в преимущественном использовании письменной или устной форм коммуникации. Традиционно для прессы типично использование общелитературного письменного языка (книжных слов, терминов). Для радио и телевидения типично использование форм устной коммуникации, включающей элементы разговорной речи.

Массовая коммуникация выполняет следующие функции:

1) *Информационная функция* заключается в предоставлении массовому читателю, слушателю и зрителю актуальной информации о самых различных сферах деятельности (деловой, научно-технической, политической, юридической, медицинской и т.п.). Получая большой объем информации, люди не только расширяют свои познавательные

возможности, но и увеличивают свой творческий потенциал. Знание информации даёт возможность прогнозировать свои действия, экономит время. При этом заметно усиливается мотивация к совместным действиям. В этом смысле данная функция способствует оптимизации полезной деятельности общества и индивида.

2) **Регулирующая функция** имеет широкий диапазон воздействия на массовую аудиторию, начиная с установления контактов и кончая контролем над обществом. МК влияет на формирование общественного сознания группы и личности, на формирование общественного мнения и создание социальных стереотипов. Здесь же кроются возможности манипулировать и управлять общественным сознанием, фактически осуществлять функцию социального контроля. Люди, как правило, принимают те социальные нормы поведения, этические требования, эстетические принципы, которые убедительно пропагандируются СМИ как положительный стереотип образа жизни, стиля одежды, формы общения и т.п. Так происходит социализация индивида в соответствии с нормами, желательными для общества в данный исторический период.

3) **Культурологическая функция** включает в себя ознакомление с достижениями культуры и искусства и способствует осознанию обществом необходимости преемственности культуры, сохранения культурных традиций. При помощи СМИ люди знакомятся с особенностями различных культур и субкультур. Это развивает эстетический вкус, способствует взаимопониманию, снятию социальной напряжённости и в конечном счете способствует интеграции общества.

6.4. Межкультурная коммуникация: основные понятия. Согласно Е.М. Верещагину и В.Г. Костомарову, межкультурная коммуникация (МКК) – это адекватное взаимопонимание двух участников коммуникативного акта, принадлежащих к разным национальным культурам. Впервые понятие МКК было использовано в 1954 году в работе американских исследователей Э. Холла и Д. Трагера «Культура как коммуникация».

Проблема МКК не сводится исключительно к языковой проблеме. Знание только вербального кода (языка) и правил его использования недостаточно для успешного общения с носителями других языков: необходимо владеть внекодовыми, **фоновыми знаниями**. Под фоновыми понимаются знания каких-либо реалий говорящим и слушающим, которые подразумеваются, но явно не проговариваются в диалоге. Так, американский культуролог и педагог **Эрик Дональд Хирш** разработал концепцию культурной грамотности. Как пишет Э. Д. Хирш, **культурная**

грамотность обеспечивает наличие знаний, позволяющих носителю культуры взять газету и читать её с адекватным уровнем понимания, соотнося читаемое с контекстом и смыслом. В 1988 году Э. Д. Хирш начал работу над собственным словарем культурной грамотности, куда он включил 5000 определённых слов, словосочетаний, выражений, дат, исторических личностей, названий исторических документов, научных терминов, которые культурное и образованное американское общество обязано знать.

Фоновые знания отражают ту или иную культурную модель мира. Каждая культура характеризуется специфическими системами видения и восприятия мира. Они формируются в процессе практической деятельности людей, на основе их собственного опыта и традиций, унаследованных от предшествующих поколений. Система этих миропредставлений и мироощущений образует **культурную модель мира**. Это своего рода «сетка координат», при посредстве которой носители определённой культуры воспринимают и осознают мир, рисуют его образ.

Культурная модель мира специфична и различается у разных народов. Это обусловлено совокупностью факторов: географией, климатом, особенностями исторического пути, религиозными представлениями и т. д. Например, в **модели мира русской культуры** традиционно преобладали представления о бескрайних просторах родной земли; о красоте её природы, разнообразии флоры и фауны, о суровом северном климате; об общих первопредках всех славянских народов, об общинном укладе жизнедеятельности, о православии как смыслоопределяющей, составляющей духовного пути русского народа; о вечном искании социальной правды и справедливости.

Невысокий уровень культурной компетенции может приводить к различным коммуникативным неудачам при МКК. Так, при контактах с другими культурами большинство людей воспринимают и оценивают чужие культурные ценности, используя в качестве образца и критерия культурные ценности собственного этноса. Такой тип ценностного суждения принято называть этноцентризмом. Чаще всего **этноцентризм** подразумевает, что собственная культура превосходит другие культуры, и в этом случае она расценивается как единственно правильная, превосходящая все другие, которые, таким образом, недооцениваются. Этноцентризм – это бессознательный процесс. Отсюда напрашивается вывод, что эффективная МКК не может возникнуть сама по себе, ей необходимо целенаправленно учиться. Исследователи этноцентризма отмечают, что он может проявляться в большей или меньшей степени. По-

следнее зависит от особенностей культуры. Так, существуют данные, что представители коллективистских культур более этноцентричны, чем члены индивидуалистских культур.

Культура не подчиняется каким-либо абсолютным критериям. Культура каждого народа относительна, и поэтому адекватно её оценить можно только в её собственных рамках и границах. Данный методологический подход получил название **культурный релятивизм**. Главная идея культурного релятивизма состоит в признании равноправия культурных ценностей, созданных и создаваемых разными народами. Согласно культурному релятивизму не существует элитарных или неполноценных культур, все культуры по-своему неповторимы, и ошибочно сравнивать их друг с другом. Принцип культурного релятивизма играет важную роль в МКК, поскольку требует уважения и терпимости к нормам, ценностям и типам поведения чужих культур.

Вопросы к лекции 6:

1) Какие уровни коммуникации выделяются в настоящее время? Назовите основные понятия данных уровней.

2) Каковы основные свойства человеческой коммуникации?

3) В чём разница между групповой и межличностной коммуникацией?

4) Каковы условия функционирования массовой коммуникации?

5) Что вкладывается в понятие «культурная модель мира»? Как она влияет на процесс коммуникации?

6) В чём разница между этноцентризмом и культурным релятивизмом?

7) Приведите примеры коммуникативных неудач на разных уровнях.

ПЛАНЫ СЕМИНАРСКИХ ЗАНЯТИЙ

Занятие 1. Развитие технических средств коммуникации

1. Способ коммуникации как условие динамики общества. Четыре коммуникативные революции Г.М. Маклюэна. Как Вы понимаете выражение Г.М. Маклюэна «Медиа – это сообщение» (Media is a message)?

2. Происхождение языка. Основные теории.

3. Письменность. Коммуникативные возможности письменного языка. Воздействие письма на информационно-языковые процессы. Этапы развития письменности: предметное; пиктография и идеография; иероглифика; слоговое письмо; алфавит.

4. Книгопечатание и его преимущества. Воздействие книгопечатания на информационно-языковые процессы. Что понимается под выражением «эра Гуттенберга»? Иван Фёдоров и Пётр Мстиславец как первые русские книгопечатники.

5. Электронная коммуникация: телеграф, телефон, радио, спутники, волоконно-оптическая связь и современные компьютерные технологии. Интернет как коммуникативная среда. Информационная война и понятие «гипертекст». Социокультурное значение распространения новых технологий.

Литература

1. Дьяконов И. М. Письмо // Лингвистический энциклопедический словарь / под ред. В. Н. Ярцева. М.: «Советская энциклопедия», 1990. URL: <http://tapemark.narod.ru/les/375c.html>

2. Маршал Маклюэн – пророк электронной коммуникации. Индустриальная неокультурная книжность. Мультимедийная коммуникационная культура // Соколов А.В. Общая теория социальной коммуникации. СПб, 2002. С. 102–103, 129–143.

3. Маклюэн, Герберт Маршалл. Гуманитарная энциклопедия [Электронный ресурс] // Центр гуманитарных технологий. – 09.02.2014. URL: <http://gtmarket.ru/personnels/marshall-maklyuen/info>

4. Реформатский А. А. Общее понятие о письме и предпосылки письма. Этапы и формы развития начертательного письма. Происхождение языка. // Реформатский А. А. Введение в языковедение. М.: Аспект Пресс, 1996. С. 184–194, 242–245.

5. Мечковская Н. Б. Письмо и книгопечатание как факторы языковой эволюции // Социальная лингвистика. М.: Аспект-Пресс, 2000. 206 с.

6. Развитие технических средств коммуникации // Основы теории коммуникации: учебник / под ред. проф. М. А. Василика. М.: Гардарики, 2003. С. 48–56.

Занятие 2. Семиотические основы коммуникации

1. Семиотика как наука о знаковых системах. Предмет семиотики. Назначение и возможности семиотики. Связь семиотики и лингвистики.

2. Знак как основное понятие семиотики. Структура знака: бинар или триада? Что такое «означающее» и «означаемое», «денотат» и «коннотат»? Основные функции знака.

3. Виды знаков. Различение знаков по физической природе: оптические, слуховые, осязательные и т. д. Классификация знаков Ч. С. Пирса: *знаки-индексы, знаки-копии (или знаки-иконы), знаки-символы.*

4. Семиозис как процесс интерпретации знака. Три измерения семиотического текста Ф. де Соссюра: семантика, синтактика и прагматика.

Практическая часть

1. Проанализируйте знаковую функцию одежды на примере следующих единиц: *джинсы, шорты, мини-юбка, вечернее платье, кроссовки, пиджак, спортивный костюм, галстук, пионерский галстук.*

2. Проанализируйте с семиотической точки зрения судьбу представленных символов в истории (диахрония) и в современности (синхрония).



3. Среди всех видов знаков слово для нас важнейшее. Достаточно вспомните известное начало Евангелия от Иоанна: «В начале было Слово, и Слово было у Бога, и Слово было Бог». Пифагорейцы же считали, что «всё в природе измеряется, всё подчиняется числу», «число – начало и основа вещей». Как вы считаете, есть ли значение у чисел? Какими значениями наделяются числа в разных культурах?

4. Эссе. Проанализируйте с семиотической точки зрения два рекламных плаката, касающихся одной товарной категории (обувь, духи, окна и др.):

а) какие языковые знаки используются в плакатах, как они представлены (подпись, название, слоган); наблюдается ли языковая игра (переносное использование знаков, их двойственный характер, их ассоциативность в культуре);

б) какие визуальные элементы представлены в плакате (картинки, фотографии), каков их ассоциативный потенциал;

в) каково оформление плаката, есть ли символическое значение у цветовой гаммы рекламного сообщения.

Сделайте вывод: как все выделенные вами знаки разной природы организуют коммерческое послание рекламного сообщения.

Литература

1. Гавра Д. Семиотический методологический подход // Гавра Д. Основы теории коммуникации: Учебное пособие. СПб, 2011. С. 143–181.

2. Елина Е. Семиотика рекламы. М.: «Дашков и К», 2008. 245 с.

3. Крейдлин Г. Е., Кронгауз М. А. Умные числа // Крейдлин Г. Е., Кронгауз М. А. Семиотика, или Азбука общения: учеб. пособие. М.: Флинта: Наука, 2004. С. 184–203.

Занятие 3. Языковые ситуации и языковая политика

1. Языковая ситуация, её основные характеристики. Типологические признаки языковой ситуации.

2. Сбалансированное и несбалансированное двуязычие. Интерференция в речевой деятельности билингвов. Диглоссия как вид несбалансированного двуязычия.

3. Языковая политика как один из видов социального регулирования. Унитаризм и сегрегация в решении национально-языковых проблем. Правовой статус языка. Законы о языке. Языковая политика в России и в мире.

4. «Вмешательства» человека в язык: реформы письменности, создание терминологий, реформы нормативно-стилистической системы. Пределы сознательной активности общества по отношению к языку.

Литература

1. Алпатов В. М. Языковая политика в России и в мире // Языковая политика и языковые конфликты в современном мире. М., 2014. С. 11–24.

2. Крючкова Т. Б. Языковая политика и реальность // Вопросы филологии. 2010, №1 (34). URL: http://journal.mosinyaz.com/page_30_34/

3. Мечковская Н. Б. Социальная лингвистика. М.: Аспект-Пресс, 2000. 206 с. (Разделы «Языковые ситуации. Многоязычие и языки-посредники», «Национально-языковая политика», «О возможности сознательного воздействия общества на развитие языка».)

Занятие 4. Высказывание и речевые жанры

1. Речевой жанр: определение. Многообразие речевых жанров. Первичные (простые) и вторичные (сложные) речевые жанры. Необходимость выделения и изучения речевых жанров. Речевой жанр и отражение индивидуальности в языке. Жанр и стиль.

2. Высказывание и речь. Позиция слушающего: ответное понимание («молчаливое ответное понимание», «ответное понимание замедленного действия»), ответная реакция. Позиция говорящего.

3. Высказывание и предложение. Особенности высказывания: смена речевых субъектов, завершённость, адресованность.

а) Границы высказывания и границы предложения. Особенность вторичных жанров: «условное разыгрывание речевого общения».

б) Завершённость высказывания и её критерии. Факторы, определяющие завершённость высказывания: предметно-смысловая исчерпанность темы, речевой замысел, жанровая форма. Экспрессивная интонация и конкретный смысл высказывания. Жанровая экспрессия слова. Отличие речевых жанров от форм языка. Репертуар жанров.

в) Диалогичность высказывания. Высказывание и чужое слово. Концепция адресата высказывания. Говорящий и слушающий в фамильярных и интимных жанрах.

4. Речевые жанры современности.

Литература

1. Бахтин М. М. Проблема речевых жанров // Бахтин М. М. Эстетика словесного творчества. М., 1979. С. 237–281. ***Конспект показывает преподавателю.***

2. Щитова Н. Г. Основные речевые жанры в общении современной молодёжи // Филологические науки. Вопросы теории и практики. Тамбов: Грамота, 2013. № 7. Ч. 2. С. 219–222.

Занятие 5. Личность в коммуникации

1. Понятие личности и её структура в философии, социологии, психологии. Теория личности З. Фрейда (ид, эго, супер-эго). Когнитивная, оценочная и поведенческая составляющие «Я-концепции». Концепция «могу» – «хочу» – «знаю» – «умею» – «действую».

2. Коммуникативная и языковая личность:

а) Коммуникативная составляющая в структуре личности. Параметры коммуникативной личности согласно концепции В. Конечной: мотивационный, когнитивный и функциональный. Типы коммуникативной личности: доминантный, мобильный, ригидный, интровертный коммуникант.

б) Концепция языковой личности Ю. Н. Караулова. Вербально-семантическое, лингвокогнитивное и мотивационное измерение языковой личности.

3. Коммуникативный стиль. Содержательные характеристики стиля общения (Н. В. Козловская). Стили общения в совместной деятельности (гибкий / ригидный, партнёрский / непартнёрский). Мотивы социального поведения В. Щутца.

Практическая часть

Напишите эссе: проанализируйте коммуникативное поведение известного политика, актёра, журналиста, преподавателя, общественного деятеля или др. исходя из параметров коммуникативной личности. В процессе анализа ответьте на следующие вопросы:

— каковы коммуникативные потребности и коммуникативные установки данной личности: передача / получение знания, создание единомышленников, реализация воли к власти, выполнение должностных обязанностей, сохранение социального статуса, завоевание авторитета, потребность в арбитраже (в проверке истинности своих суждений), уточнение своих мыслей, получение удовольствия, энергетическая подпитка и / или др.;

— какова познавательная активность данной личности; какие коммуникативные коды знает и использует данная личность; насколько человек способен оценить потенциал партнёра по коммуникации; насколько стереотипно коммуникативное поведение данной личности;

— как хорошо коммуникант владеет вербальными и невербальными средствами коммуникации; умеет ли он варьировать эти средства в процессе общения; насколько его речь соответствует речевым и этикетным нормам.

Определите, какой тип коммуникативной личности свойственен описываемому коммуниканту.

Литература

1. Бернс Р. Развитие Я-концепции и воспитание. М., 1986. URL: <http://psyberlink.flogiston.ru/internet/bits/burns1.htm>.
2. Гавра Д. Понятие и структура личности // Гавра Д. Основы теории коммуникации: Учебное пособие. СПб, 2011. С. 181–187.
3. Калашникова Л. В. Модели коммуникативной личности // Калашникова Л. В. Введение в языкознание. Орёл, 2010. URL: http://www.libma.ru/jazykoznanie/vvedenie_v_jazykoznanie_kurs_lectii/p84.php
4. Козловская Н.В. Психология общения: учеб. пособие. Ставрополь: Изд-во СГУ, 2008. 409 с. (раздел «Стили общения»)
5. Конечкая В. П. Социология коммуникации. М.: Междунар. ун-т Бизнеса и Управления, 1997. 304 с. (раздел «Коммуникативная личность»)

Занятие 6. Взаимодействие в межличностной коммуникации

1. Стратегии межличностного взаимодействия: продуктивные и непродуктивные стили. Критерии продуктивности стиля межличностного взаимодействия.

2. Манипуляции и партнёрство. Манипуляции в общении. Декодирование манипуляции в коммуникации: невербальные и ситуативные знаки. Причины манипулирования. Партнёрское взаимодействие. Феномен эмпатии. Эмоции в общении. Искреннее поведение и его особенности.

3. Типологическая модель Э. Шострома: манипуляторы и актуализаторы.

Практическая часть

Проанализируйте особенности коммуникации персонажей в романе И. Ильфа и Е. Петрова «Двенадцать стульев» на примере отрывка из главы V, начиная со слов «*Ипполит Матвеевич, смущённый присутствием в дворницкой постороннего...*». Ответьте на следующие вопросы:

Как вы можете охарактеризовать речевое поведение коммуникантов? Отметьте в тексте моменты, характеризующие невербальное поведение коммуникантов.

Какие стратегии и тактики используются О. Бендером в процессе речевого взаимодействия? Разбейте диалог на небольшие коммуника-

тивные эпизоды, которые можно считать готовыми коммуникативными актами с реализацией определённых целей, осуществлением определённых тактик и обратной реакцией. Найдите реализацию в данном диалоге следующих тактик: соглашательство, навешивание ярлыков, подмена темы, неожиданная смена темы, воодушевление адресата, переключение внимания.

Почему авторы романа назвали О. Бендера «великим комбинатором»?

Литература

1. Козловская Н. В. Психология общения: Учебное пособие. Ставрополь: Изд-во СГУ, 2008. 409 с. (раздел «Стратегии взаимодействия»)

2. Шостром Э. Человек-манипулятор: внутреннее путешествие от манипуляции к актуализации. К.: PSYLIB, 2003. 385 с. URL: <http://psylib.org.ua/books/shost01/index.htm>.

Занятие 7. Роли и лидерство в социальной коммуникации

1. Роли в группе, типы и подтипы (лидер, эксперт, рядовой, отвергаемый, оппозиционер / любимчик, шут мученик, отшельник).

2. Феномен лидерства. Ключевые черты лидера. Лидерские качества (физиологические, психологические, интеллектуальные и личностные). Особенности личности человека как лидера. (И.П. Чередниченко). Характеристики лидеров (Р.С. Бэрон). Понятие харизматичного лидера.

3. Функции лидера: администратор, планировщик, политик, эксперт, представитель группы во внешней среде, источник поощрений и наказаний, пример, символ, проводник мировоззрения, «отец», «козёл отпущения».

4. Стили лидерства. Лидерство и руководство.

Практическая часть

Сделайте ролевой анализ коммуникации героев фильмов «Особенности национальной охоты», «Операция “Ы”» или других, где представлены группы.

Литература по лидерству:

1. Емельянов Ю. Н. О сущности лидерства. Лидер и группа. URL: <http://psyfactor.org/lider3.htm>

2. Почепцов Г.Г. Теория коммуникации. К.: Ваклер; М.: Рефл-бук, 2001. (Разделы: «Модели лидеров по Винтеру» и «Психологический анализ».)

3. Трунов Д. Г. Феномен харизматического лидерства // Философия социальных коммуникаций. 2009. № 2. С. 55-62. URL: <http://trunoff.hotmail.ru/-archiv/p086.htm>

4. Чердниченко И.П. Психология управления. Ростов н/Дону, 2004. 267 с.

Занятие 8. Массовая коммуникация: феномен общественного мнения

1. Общественное мнение: трактовки. Понятие «общественное мнение» в философской мысли и концепции общественного мнения XX в.

2. «Общественное мнение» и «Общественное Мнение» У. Липпмана. Стереотипы, модели (patterns) и формулы. Стереотипы как экономия усилий. Стереотипы как защита.

3. «Спираль умолчания» Э. Ноэль-Нойман. Страх перед изоляцией как мотив. Мода – общественное мнение. Функция общественного мнения: «тот, кто не находит своего мнения в массовой коммуникации, тот безмолвствует».

4. Разоблачение опросов общественного мнения П. Бурдые. Зависимость проблематики исследований общественного мнения от политических интересов. «Классовый этос». Эффект навязывания проблематики.

Литература

1. Бурдые П. Общественное мнение не существует // Бурдые П. Социология политики: Пер. с фр. Г. А. Чердниченко/ Сост., общ. ред. и предисл. Н. А. Шматко. М.: Socio-Logos, 1993. С. 159–177.

2. Липпман У. Стереотипы // Общественное мнение / Пер. с англ. Т. В. Барчуновой. М.: Институт Фонда «Общественное мнение», 2004.

3. Ноэль-Нойман Э. Общественное мнение. Открытие спирали молчания: Пер. с нем. / Общ. ред. и предисл. Мансурова Н. С. М.: Прогресс-Академия, Весь Мир, 1996. URL: <http://socioline.ru/book/elizabet-noel-nojman-obschestvennoe-mnenie-otkrytie-spirali-molchaniya>.

Занятие 9. Проблемы межкультурной коммуникации

1. Межкультурная компетенция. Социокультурная идентичность. Культура и культурные универсалии.

2. Этноцентризм как основная проблема межкультурной коммуникации. Типы реакции на другую культуру и её представителей: отрицание, защита, принятие, адаптация, интеграция. Понятие культурного релятивизма.

3. Формы межкультурной коммуникации: аккультурация, культурная экспансия, культурная диффузия. Культурная толерантность и ксенофобия. Мультикультурализм.

4. Лингвистические проблемы межкультурной коммуникации. Преподавание иностранного языка. Проблемы перевода.

Практическая часть

1. Какую проблему иллюстрируют следующие слова известной русской киноактрисы Е. Сафоновой, поселившейся в Париже?

«Дело в том, что когда я говорю на любом языке слово стол, я вижу перед собой круглый деревянный стол на четырёх ногах с чайными чашками. А когда французы говорят стол, они видят стол стеклянный, на одной ножке, но с цветочками. И винить их бессмысленно, они с таким же успехом могут обвинить в этом меня. Они не хуже, они просто другие» (пример из книги С. Г. Тер-Минасова «Язык и межкультурная коммуникация»).

Приведите свои примеры подобных культурных несоответствий.

2. Выскажите свое мнение: верны ли следующие утверждения? Объясните, почему вы так считаете.

а) Основная причина неуспеха попыток ввести в широкое употребление искусственный международный язык (например, эсперанто) - культурная «пустота» этого языка, отсутствие за ним национальной картины мира.

б) Из-за всех различий между языками адекватный перевод невозможен. Иностранные тексты всех жанров можно читать только в оригинале, перевод неизбежно искажает смысл.

в) Лингвокультурологические различия делают браки между носителями разных языков если не менее прочными, то менее совершенными, чем между представителями одного лингво-культурного сообщества.

г) Для иностранца выучить русский язык в совершенстве невозможно, а русский человек может в совершенстве овладеть более простыми иностранными языками.

д) Никто из нас не владеет русским языком в совершенстве.

3. Проанализируйте данные немецкие и американские пословицы. К каким культурным ценностям они имеют отношение? Попробуйте подобрать пословицу или поговорку на русском языке, в которой выражается та же ценность.

Was Hanschen nicht lernt, lernt Hans nimmermehr. – Чему маленький Ганс не учился, того большой Ганс знать не будет.

Kleider machen Leute. – Одежки человека делают.

God helps those who help themselves. – Бог помогает тому, кто сам о себе заботится.

Happy is the country with no history. – Счастлива та страна, у которой нет истории.

Литература

1. Межкультурная коммуникация // Основы теории коммуникации: учебник / Под ред. проф. М. А. Василика. М.: Гардарики, 2003. С. 578–610.

2. Тер-Минасова С. Г. Язык и межкультурная коммуникация. М.: Слово/Slovo, 2008. С. 37–88.

3. Чуковский К. Словарные ошибки // Чуковский К. Высокое искусство: принципы художественного перевода. СПб.: Авалонь, Азбука-Аттикус, 2011. С. 11–21.

Занятие 10. Проблемы и противоречия современного коммуникативного пространства

1. Человек в современном коммуникативном пространстве: «коммуникативное поведение» и «речевое поведение». Человек как «место пересечения» коммуникативных потоков; трудности и опасности коммуникативного бытия современного человека, обуславливаемые сложностью и многообразием коммуникативных потоков. Как вы понимаете выражение «вынужденное общение»?

2. Коммуникативное пространство и его основные сферы – речевая, аксиологическая, когнитивная.

3. Особенности современного коммуникативного пространства: глобализация, вестернизация (американизация), усиление влияния масс-медиа и др. Современное коммуникативное пространство и проблема культурной идентификации.

4. Как вы понимаете выражение «коммуникативная недостаточность»? Какие примеры коммуникативной недостаточности вы можете привести?

5. Особенности развития современных коммуникационных процессов: формирование нового типа коммуникационного взаимодействия, развитие средств массовой информации, доступность информации, быстротечность, фрагментарность и др.

6. Коммуникативное образование в России: проблемы и перспективы. В чём заключается коммуникативная компетентность современного специалиста?

Литература

1. Воронцова Т. А. Коммуникативное пространство в лингвопрагматической парадигме // Вестник Удмуртского университета. 2009. Вып 1. С. 11–17. URL: http://vestnik.udsu.ru/2009/2009-051/vuu_09_051_02.pdf

2. Дзякович Е. В. Коммуникативное пространство российских регионов: состояние и тенденции развития. URL: <http://teoria-practica.ru/-2-2010/sociology/dzyakovich.pdf>

3. Матьяш О. И., Биби С. А. Коммуникативное образование в России: история и современность // Сибирь. Философия. Образование. 2003. №7. С.60-76. URL: <http://biblioteka.teatr-obraz.ru/node/7293>

4. Савруцкая Е. П. Феномен коммуникации в современном мире // Актуальные проблемы теории коммуникации. СПб. Изд-во СПбГПУ, 2004. С. 75-85. URL: http://www.russcomm.ru/rca_biblio/s/-savrutskaya.shtml

ГЛОССАРИЙ ПО КУРСУ

Аккультурация	Модель коммуникативного процесса
Аристотель	Межкультурная компетентность
Бахтин М.М.	Мультикультурализм
Вацлавик П.	Невербальная коммуникация
«Вынужденное общение»	Общественное мнение
Высказывание	Остин Д.
Грайс Г. – Лич Д.	Паравербальная коммуникация
Диглоссия	Партнёрство
Дискурс	Пиджин
Доминирование	Пирс Ч.С.
Знак	Прагматика
Знаки-индексы	Семантика
Знаки-иконы	Соперничество
Знаки-символы	«Принцип Кооперации»
Карасик В.И.	Проксемика
Кинесика	Речь
Коммуникация	Речевой акт
Коммуникация массовая	Речевой жанр
Коммуникация межкультурная	Речевое поведение
Коммуникация межличностная	Семиозис
Коммуникативный акт	Семиотика
Коммуникативный барьер	Синтактика
Коммуникативный кодекс	Слово
Коммуникативная компетентность	Содружество
Коммуникативная личность	«Спираль умолчания»
Коммуникативное намерение	Стереотип
Коммуникативное поведение	Такесика
Коммуникативное пространство	Такман Б.
«Коммуникативная революция»	Теория коммуникации
Коммуникативный стиль	Фатическое общение
Коммуникативная стратегия	Хирш Э.Д.
Коммуникативная тактика	Холл Э.
Культурная диффузия	Шеннон К. – Уивер У.
Культурная грамотность	Эмпатия
Культурная модель мира	Этноцентризм
Культурная экспансия	«Эра Гуттенберга»
Культурный релятивизм	

Лассуэлл Г.
Левин К.
Липпман У.
Маклюэн Г.М.
Манипуляция

Эсперанто
Язык
Языковая личность
Языковая политика
Языковая ситуация
Якобсон Р.О.

ТЕМЫ ДОКЛАДОВ ПО КУРСУ

Выступление готовится двумя студентами. Выступление представляет собой хорошо подготовленный доклад-презентацию на выбранную тему (тщательно отобранный материал по нескольким источникам, логичное изложение, техничное произнесение). В презентации необходимо представить: основные терминологические понятия, используемые в докладе, основные даты и события, о которых говорится в докладе (если есть необходимость); иллюстративный материал: картинки, рисунки, фотографии, схемы; источники материала (обязательно). Время выступления 15 минут.

1. Финикийское письмо и его роль в истории письменности.
2. История русской письменности.
3. Функции невербального общения в межличностной коммуникации.
4. Коммуникативные барьеры и ошибки.
5. Голос как второе лицо человека.
6. Фоносемантика как наука.
7. Образ аудитории: типы репрезентативных систем.
8. Принцип кооперации в речевом общении.
9. Мужской и женский стили коммуникации.
10. Юмор и ирония в публичном выступлении.
11. Приёмы речевого манипулирования.
12. Устная и письменная коммуникация.
13. Образ оратора в произведениях Аристотеля и Цицерона.
14. Эсперанто как искусственный язык-посредник.
15. Языковое разнообразие в России.
16. Билингвизм в современной России.
17. Софистика и софизмы.
18. «Окно Джохари».
19. Типы общения в социальной группе согласно концепции Э. Берна.
20. Коммуникативные роли индивидов в группе
21. Неформальная коммуникация в организациях.
22. Система формальной коммуникации в организациях.
23. Национальный характер американцев и этностереотипы.
24. Национальный характер англичан и этностереотипы.
25. Национальный характер русских и этностереотипы.
26. Национальный характер китайцев и этностереотипы.
27. Культурно-обусловленные «ложные друзья переводчика».
28. Межкультурные конфликты: способы разрешения.
29. Табуированные темы в межкультурном общении.

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ СТУДЕНТАМ

1. Составление глоссария к семинару. Глоссарий должен включать не менее 20 наименований, должен быть оформлен и сдан в печатном или письменном виде преподавателю. В глоссарий могут быть включены термины и имена исследователей. Для каждого пункта глоссария необходимо найти ёмкое, но исчерпывающее определение. Обязательно необходимо указать использованную при составлении глоссария литературу в соответствии с нормами библиографического описания.

Пример записи в глоссарии:

Ч.С. Пирс (1839–1914) – американский логик, философ и естествоиспытатель, основатель семиотики. Ч. Пирс дал определение знака, первоначальную классификацию знаков (индексы, иконы, символы), установил задачи и рамки новой науки и предложил ее название.

Семиозис – термин, принятый в семиотике; обозначает процесс интерпретации знака, или процесс порождения значения.

2. Составление конспекта. Конспект – это краткая письменная запись содержания статьи, книги, лекции, предназначенные для последующего восстановления информации. При написании конспекта рекомендуется проанализировать содержание каждого фрагмента текста; выделить из каждой части основную информацию, убрав избыточную; записать всю важную для последующего восстановления информацию своими словами или цитируя, используя сокращения.

Необходимо записать название конспектируемого произведения (или его части) и его выходные данные, т.е. сделать библиографическое описание документа.

Конспект необходимо составлять в две колонки. В первой колонке пишется основная тема фрагмента. Также это поле для дополнений, замечаний, записи незнакомых терминов и имён, требующих разъяснений. Во второй колонке выписываются наиболее существенные положения изучаемого материала (тезисы) либо своими словами, либо в виде цитат.

Форма конспекта должна наглядно отражать его содержание: применяйте разнообразные способы подчёркивания, сокращения и условные обозначения; используйте карандаши и ручки разного цвета.

3. Написание аналитического эссе. Эссе характеризуется наличием конкретной темы или вопроса; личностным характером восприятия проблемы и её осмысления; небольшим объёмом (до 3-х страниц); свободной композицией; непринуждённостью повествования; внутренним смысловым единством; афористичностью и эмоциональностью речи

Структура эссе включает:

- Введение, в котором представлен обобщённый ответ на предложенный вопрос или излагается в общем виде та позиция, которую предполагается отстаивать в основной части эссе.

- Основная часть, где представлены подробные ответы на вопрос или излагается позиция, подтверждаемая теоретическими аргументами и эмпирическими данными.

- Заключение, в котором резюмируются главные идеи основной части, подводящие к предполагаемому ответу на вопрос или заявленной точке зрения, делаются выводы.

Мысли автора эссе по проблеме излагаются в форме кратких тезисов.

Мысль должна быть подкреплена доказательствами, поэтому за тезисом следуют аргументы. Аргументы – это факты, явления общественной жизни, события, жизненные ситуации и жизненный опыт, научные доказательства, ссылки на мнения учёных и др. Лучше приводить два-три аргумента в пользу каждого тезиса: один аргумент кажется неубедительным. Высказывайте своё мнение, рассуждайте, анализируйте, не подменяйте оценку пересказом теоретических источников.

Эссе – это миниатюрная научная работа, которая должно соответствовать всем принятым в научном сообществе техническим и этическим нормам цитирования. Все цитаты и пересказы, переложения или изложения фрагментов опубликованных и рукописных текстов должны быть отчётливо атрибутированы, то есть соответствующие тексты-первоисточники должны быть явным образом указаны в сносках или затекстовом списке литературы в соответствии с существующими стандартами библиографического описания источников. Материалы Интернета также являются публикациями и должны быть включены в список литературы.

При оценке эссе учитываются:

- представление собственной точки зрения;
- раскрытие проблемы на теоретическом уровне (использование терминологии, знакомство с источниками, умение творчески использовать различные источники и ссылаться на них);
- содержание и качество аргументации;
- стиль и внутренняя организация (оцениваются ясность, упорядоченность, согласованность и логичность изложения);
- презентация эссе (оформление работы).

Библиографический список

1. Гавра Д. Основы теории коммуникации: учеб. пособие. СПб.: Питер, 2011. 288 с.
2. Гудков Д. Б. Теория и практика межкультурной коммуникации. М.: Гнозис, 2003. 288 с.
3. Кашкин В. Б. Введение в теорию коммуникации: учеб. пособие. Воронеж: Изд-во ВГТУ, 2000. 175 с.
4. Кирьянов В. И., Сергеева О. В. Социология коммуникации: учебно-метод. пособие. Волгоград: Изд-во ВолГУ, 2004. 56 с.
5. Козловская Н. В. Психология общения: учеб. пособие. Ставрополь: Изд-во СГУ, 2008. 409 с.
6. Конечкая В. П. Социология коммуникации. М.: Междунар. ун-т Бизнеса и Управления, 1997. 304 с.
URL: http://polbu.ru/konetskaya_commsociology.
7. Крейдлин Г. Е. Невербальная семиотика: язык тела и естественный язык. М.: НЛЮ, 2004. 581 с.
8. Мечковская Н. Б. Социальная лингвистика. М.: Аспект-Пресс, 2000. 206 с.
9. Почепцов Г. Г. Теория коммуникации: учебник. М.: Гардарики, 2003. 615 с.
10. Основы теории коммуникации: учебник / [М. А. Василик и др.]; под ред. проф. М. А. Василика. М.: Гардарики, 2003. 615 с.
11. Шарков Ф. И. Основы теории коммуникации: учебник. М.: Перспектива, 2002. 246 с.
12. Яковлев И. П. Основы теории коммуникаций. СПб.: Азбука-классика, 2006. 240 с.

Учебное издание

Шумкина Инна Викторовна

ВВЕДЕНИЕ В ТЕОРИЮ КОММУНИКАЦИИ

Учебное пособие

Публикуется в авторской редакции
Оформление выходных данных *Л. А. Кнохиновой*
Подготовка оригинал-макета *Н. П. Бариновой*

Подписано в печать 22.12.2016.
Формат 60x84 1/16. Бумага офсетная. Печать офсетная
Печ. л. 3,75. Тираж 100 экз. Заказ № . Арт. - 29/2016.

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«САМАРСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ имени академика С.П. КОРОЛЕВА»
(Самарский университет)
443086, САМАРА, МОСКОВСКОЕ ШОССЕ, 34.

Издательство Самарского университета,
443086, Самара, Московское шоссе, 34

