

ТЕМЫ И ЗАДАНИЯ ДЛЯ ПОДГОТОВКИ К СЕМИНАРСКИМ ЗАНЯТИЯМ

РАЗДЕЛ 1. ТЕОРИЯ КОММУНИКАЦИИ (I СЕМЕСТР)

Тема 1. Теория коммуникации в системе наук.

План (Семинар 1.)

1. Предметная область теории коммуникации. Структура коммуникативного знания.
2. Междисциплинарный характер коммуникативного знания. (Философская, социологическая, психологическая, лингвистическая, культурологическая и техническая грани коммуникации.)

(Семинар 2.)

3. Прикладные науки и коммуникация.
4. Классификация коммуникаций. Модели коммуникаций.
5. Функции теории коммуникации.

Термины: коммуникация, общение, информация, социальная коммуникация, культура, модель коммуникации, виды коммуникации.

Выполнить:

1. Изучить основную и дополнительную литературу по теме.
2. Темы творческих работ:
Чем объясняется повышенный интерес современного общества к коммуникативному знанию?
Грани коммуникативного знания по А.Соколову.
Специфика теории коммуникации среди других наук, изучающих коммуникацию.

Литература: [1. С. 12-26; 2. С. 5-21; 3. С.9-29; 4. С.14-24; 5. С.5-13].

Тема 2. Законы и категории теории коммуникации.

План (Семинар 3.)

1. Законы коммуникации.
2. Понятие коммуникации (Материальная, техническая, биологическая, социальная коммуникация).
3. Социальная коммуникация как смысловая коммуникация.
4. Коммуникация, общение и информация.
5. Социальное пространство и время и коммуникативное пространство и время.

Термины: коммуникация, общение, информация, социальная коммуникация, смысловая коммуникация, техническая коммуникация, социальное пространство, социальное время, коммуникативное пространство, коммуникативное время.

Выполнить:

1. Изучить основную и дополнительную литературу по теме.
2. Темы творческих работ:
Коммуникация и общение: подходы в определении.
Значение понятия информации для теории коммуникации.
Астрономическое пространство и время, коммуникативное пространство и время: в чем различие.

Литература: [1. С. 12-26; 2. С. 17-22; 3. С.29-69; 4. С.292-298].

Тема 3. Коммуникативная деятельность и общение.

План (Семинар 4.)

1. Общение как коммуникация и вид человеческой деятельности. Структура общения.
2. Общение, познание, оценочная деятельность и художественное творчество.
3. Коммуникативное действие, коммуникативный акт и коммуникативное взаимодействие.

(Семинар 5.)

4. Виды, уровни и формы коммуникативной деятельности по А.В. Соколову.

а) Микрокоммуникация

б) Медикоммуникация

в) Макрокоммуникация

(Семинар 6.)

7. Сотрудничество и конфликт в коммуникационной деятельности.

8. Игра как творческое коммуникативное действие. Псевдоигра.

9. Правда и ложь в коммуникативной деятельности.

Термины: коммуникация, общение, познание, художественное творчество, оценка, микрокоммуникация, медикоммуникация, макрокоммуникация, сотрудничество, конфликт, игра.

Выполнить:

1. Изучить основную и дополнительную литературу по теме.

2. Темы творческих работ:

Й. Хейзинга о значении игры в развитии культуры и коммуникации.

Искусство как коммуникативная деятельность.

Реклама как разновидность коммуникации.

Псевдоигра как коммуникация и ее роль в обществе.

Игровое начало в рекламе.

Литература: [1.С. 14-20; 2. С.167-185; 3. С.83-93; 4. С.22-49].

Тема 4. Коммуникационные каналы.

План

(Семинар 7)

1. Понятие и разновидности коммуникационных каналов.

2. Устная коммуникация.

3. Функции естественного языка и речи.

4. Коммуникационные барьеры.

(Семинар 8).

5. Проект искусственного международного языка эсперанто.

6. Документная коммуникация. Функции документов.

7. Система документной коммуникации в XX веке.

8. Коммуникационные барьеры.

(Семинар 9).

9. Цензура как орудие коммуникационного насилия.

10. Электронная коммуникация.

11. Функции электронной коммуникации. Коммуникационные барьеры.

12. Глобальная коммуникационная система Интернет.

Термины: коммуникационный канал, устная коммуникация, естественный язык, речь, эсперанто, цензура, коммуникационный барьер, документальная коммуникация, электронная коммуникация.

Выполнить:

1. Изучить основную и дополнительную литературу по теме.
2. Темы творческих работ:
Значение языка в коммуникативной деятельности.
Небербальный коммуникационный канал.
Естественный язык и понимание.
Естественные и искусственные языки.
Виды коммуникационных каналов.
Коммуникационные барьеры и пути их преодоления.
Особенности общения в Интернете.

Литература: [1. С. 71-111; 2. С. 35-59; 3. С. 41-53].

РАЗДЕЛ II. ИСТОРИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ КОММУНИКАЦИЙ

Тема 1. Коммуникация как предмет в исследовании мысли.

Семинар 1.

1. Проблема коммуникации в античной философии.
2. Проблема коммуникации в Средние века. Искусство экзегетики и гомилетики.
3. Проблема коммуникации в эпоху Возрождения и Новое время.

Семинар 2.

4. Проблемы коммуникации в фундаментальных исследованиях XX – начала XXI вв.
 - а). Социальная психология и психоанализ о коммуникации.
 - б). Философия экзистенциализма.
 - в). Лингвистическая философия и символический интеракционизм.
 - г). Семиотика и коммуникация.
5. Технократические подходы к изучению коммуникации.
6. Теории массовой коммуникации.

Термины: коммуникация, общение, экзегетика, гомилетика, психоанализ, семиотика, экзистенциализм, символический интеракционизм, технократический подход, массовая коммуникация.

Выполнить:

1. Изучить основную и дополнительную литературу по теме.
2. Темы творческих работ:
Софисты и искусство риторики.
Классическая античная философия об искусстве общения.
Библия и искусство толкования текста.
Психоанализ: диалог с бессознательным.
Экзистенциализм и проблема другого.
Символические коммуникации в обществе.
Г. Маклюэн о связи технологического развития общества и коммуникаций.
Семиотическая модель коммуникации Ю. Лотмана.

Литература: [1. С. 35-49; 2. С. 35-59; 3. С.41-53 ; 4. С. 26-41].

Тема 2. Эволюция коммуникаций. Культурно-исторические формы коммуникаций по И. Докучаеву.

Семинар 3.

1. Коммуникация у животных.
2. Различия коммуникации животных и человека.
3. Возникновение языка. Теории происхождения языка.

Семинар 4

4. Первобытное общество и функциональное общение.
5. Каналы и контексты функционального общения в традиционной культуре.
6. Партиципация. Пралогическое мышление древности.
7. Коммуникация в земледельческих и скотоводческих обществах.

Семинар 5.

8. Кризис функционального общения в Античном мире. Рождение интерперсонального и ролевого общения.
9. Религиозное функциональное общение в Средние века.
10. Город и начало перехода от традиционной к креативной культуре.
11. Городской и сельский типы коммуникаций.

Семинар 6.

12. Особенности общения в креативной культуре.
13. Становление ролевого общения в эпоху абсолютизма.
14. Интерперсональное общение в эпоху романтизма и позитивизма.
15. Кризис ролевого и интерперсонального общения в эпоху массовых коммуникаций.

Термины: коммуникация, язык, традиционная культура, функциональное общение, служебное общение, партиципация, пралогическое мышление, креативная культура, каналы общения, контексты общения, ролевое общение, интерперсональное общение.

Выполнить:

1. Изучить основную и дополнительную литературу по теме.
2. Темы творческих работ:
Разновидности сигнализации у животных.
Новоевропейские и современные теории происхождения языка.
Особенности общения людей в первобытную эпоху.
Влияние культуры на характер общения.
Ролевое общение в эпоху Античности.
Влияние религии на характер мышления и формы общения.
Секуляризация эпохи Возрождения и ее влияние на общение.
Открытие диалога в XX в. М. Бубер и М. Бахтин

Литература: [1. С. 56- 100].

Тема 7. Хронология общественных коммуникационных систем по А.В. Соколову
Семинар 16.

1. Понятие коммуникационной системы и ее эволюция.
2. Словесная культура.
3. Развитие письменности (от предметного письма до алфавита).

Семинар 17.

4. Книжная культура. Рукописная книга.
5. Возникновение книгопечатания и коммуникация.
6. Индустриальная некультурная книжность.

Семинар 18.

7. Мультимедийная коммуникационная культура.
8. Электронные средства коммуникации.
9. Компьютерная глобальная сеть.

Термины: общественная коммуникативная система (ОКС), археологическая словесность, палеокультурная книжность, предметное письмо, пиктография, иероглифическое письмо, алфавит, некультурная книжность, книгопечатание, «Эра Гуттенберга», мультимедийная коммуникационная культура, глобальная сеть.

Выполнить:

1. Изучить основную и дополнительную литературу по теме.
2. Темы творческих работ:
Словесная культура и возможности коммуникации.
Зарождение письменности в Древнем мире.
Значение письменности для культуры и коммуникации.
Влияние книгопечатания на мировую культуру.
Книгопечатание и формирование новой коммуникативной среды по М. Маклюэну.
Коммуникация и журнально-газетная индустрия.
Массовая печать и проблема авторства.
Интернет, виртуальное пространство и коммуникация.

Литература: [1. С. 117- 144; 2. С. 22-30].

(III СЕМЕСТР)

РАЗДЕЛ III. СЕМИОТИКА КОММУНИКАЦИЙ

Тема 1. Предмет семиотики, основные понятия и классификации знаков.

План (Семинар 1.)

1. Предмет семиотики и ее ключевые понятия.
2. Типы знаков. Значения и функции коммуникативных знаков.
3. Языковые и неязыковые, интенциональные и неинтенциональные знаки

(Семинар 2.)

4. Семиология Ф. Сосюра и классификация знаков Ч.С. Пирса.
 - а) различие семиологии Ф. Сосюра и семиотики Ч.С. Пирса.
 - б) иконический и индексальный знаки по Пирсу.
 - в) символ как знак, ценностный характер символа.

Термины: смысловая коммуникация, информация, культура, семиотика, семиотика социальной коммуникации, знак, знаковая система, денотат, значение, смысл, код, текст, языковой знак, неязыковой знак, коммуникативный знак, интенциональный знак, неинтенциональный знак, натуральный знак, искусственный знак, иконический, индексальный знаки, конвенциональный знак, символ, аллегория, образ.

Выполнить:

1. Изучить основную и дополнительную литературу по теме.

2. Темы творческих работ:

Семиотика в культуре XX в.

Виды знаковых семиотических систем.

Основные типы знаков.

Семиотика: значение и смысл знаков.

Функции коммуникативных знаков: репрезентативная, экспрессивная, прагматическая.

Понятия кода и текста в семиотике.

Конвенциональные знаки в семиотике.

Использование знаков в рекламе.

Специфика символа как знака. Знаки-символы в культуре.

Символы в рекламе.

Ценностный характер символа как знака.

Литература: [1. С. 144-157; 2. С. 85-87; 3. С. 54-63; 4. С. 143-154].

Тема: Синтактика, семантика и прагматика как основы отношения знаков.

План (Семинар 3).

1. Ч. Моррис и деление семиотики на синтактику, семантику, прагматику.

2. Особенности синтаксиса рекламного текста.

3. Использование в рекламе тропов: метонимии, метафоры, эпитетов, сравнений.

Термины: семиотика, синтактика, семантика, прагматика, синтаксис, аллюзия, языковая игра, неологизм, фразеологизм, софизм, троп, метафора, метонимия, синекдоха, гипербола, олицетворение, эпитет.

Выполнить:

1. Изучить основную и дополнительную литературу по теме.

2. Темы творческих работ:

Семантика рекламного текста.

Синтаксис рекламного текста.

Синтаксические вербальные конструкции в рекламе.

Взаимосвязь синтактики, семантики и прагматики.

Тропы в художественных текстах и рекламе.

Метафора в рекламе.

Литература: [1. С. 157-161; 2. С. 88-90; 3. С. 53-54; 4. С. 176-180].

Тема: Семиотика рекламы и PR

План (Семинар 4).

1. Историческая динамика рекламного дискурса и семиотика.

2. Миф и мифологические функции и формы в рекламе.

3. Нарратив и продажа историй в рекламе.

Термины: семиотика, протореклама, реклама, постиндустриальное общество, массовая культура, миф, бренд, нарратив, повествование, архетип.

Выполнить:

1. Изучить основную и дополнительную литературу по теме.

2. Темы творческих работ:

От проторекламы к рекламе.

Формирования рекламного сознания в XX в.

Специфика рекламы постиндустриального общества.

Миф и его роль в жизни человеческого общества.
Мифологичность сознания современного человека.
Миф и реклама. Сходство и различия.
Борьба брендов как борьба нарративов в рекламе.
Мифы и архетипы в рекламе

Литература: [1.С . 235-270; 2.С. 96-112].

Тема: Семиотика рекламы и PR.

План (Семинар 5).

1. Реклама и гендерные роли: семиотический аспект.
2. Искусство и реклама: соотношения художественного и прагматического.
3. Ж. Бодрийяр об обществе потребления и рекламе.

Семинар 6.

1. У. Эко о кодификационных уровнях рекламной коммуникации.
2. Р. Барт и У. Эко о значимости коннотативного уровня рекламы.

Термины: семиотика, гендер, гендерная идеология, реклама, искусство, художественное, прагматическое, эстетическое, постмодернизм, знак, симулякр, статус, престиж, общество потребления, код, кодификация, денотат, коннотация, массовая культура, пиар-технологии.

Выполнить:

1. Изучить основную и дополнительную литературу по теме.
2. Темы творческих работ:
Семиотическое конструирование мужских моделей в рекламе.
Сексуальность как гендерная идеология и реклама.
Значение художественного достоинства рекламы.
Постмодернизм и реклама
Ж. Бодрийяр о роли знака в индустриальных обществах.
Симулякр и реклама.
Общество потребления и реклама.
Визуальные эквиваленты тропов в рекламном изображении.
Визуальная метафора в рекламе.
Семиотический анализ рекламного сообщения.

Литература: [1.С. 66-74; 2. С. 215-260].

Тема: Семиотика рекламы и PR.

План (Семинар.7).

1. Массовая культура и семиотика PR-коммуникации.
2. Миф как технология PR.

Семинар 8.

1. Политический PR: создание имиджа политика.
2. Роль визуальной коммуникации в культуре и политике.
 - а). Язык поз и жестов.
 - б). Язык одежды.

Термины: с массовая культура, пиар-технологии, миф, невербальный язык, визуальная коммуникация.

Выполнить:

1. Изучить основную и дополнительную литературу по теме.
2. Темы творческих работ:
Массовая культура и PR-деятельность.
Мифологические образы в политическом пиаре.
Понятие имиджа и его значение в жизни современного общества.
Образ супермена в современной массовой культуре.
Символические роли в современной культуре.
Миф о герое в современном политическом пиаре.
Визуальные войны как примета времени.
Семиотика одежды: социальные роли.

Литература: [1. С. 149-150; 2. С. 126-150; 3. С. 96-112, 116-127; 4. С. 235-240, 383-415].

РАЗДЕЛ IV. КОММУНИКАЦИОННЫЙ ПРОЦЕСС И ВИДЫ КОММУНИКАЦИЙ
(2 КУРС, 4 СЕМЕСТР)

Тема: Коммуникационный процесс.

План (Семинар 1)

1. Элементы процесса коммуникации.
2. Этапы процесса коммуникации.
3. Обратная связь. Шумы и барьеры.
4. Ошибки коммуникации. Основные проблемы коммуникаций в менеджменте.

Термины: коммуникационный процесс, субъекты коммуникации, сообщение, кодирование, декодирование, барьеры коммуникации, обратная связь, эффективность коммуникации, ошибки коммуникации, модели коммуникации.

Выполнить:

1. Изучить основную и дополнительную литературу по теме.
2. Темы творческих работ:
Модель коммуникации Р. Лассвелла.
Математическая модель коммуникации Шеннона и Уивера.
Социально-психологическая модель Т. Ньюкомба.
Человеческие барьеры коммуникации.
Технические барьеры коммуникации.
Социокультурные барьеры социальной коммуникации.

Литература: [1. С. 93-129; 2. С. 62-91; 3. С. 38-160].

Тема: Коммуникативная личность.

План (Семинар 2)

1. Понятие и структура личности.
2. Коммуникативная личность. Сущность и содержание.
3. Типы коммуникативной личности.
(семинар 3)
4. Языковая личность.
5. Социальные роли и стили речевого поведения.
6. Коммуникативная компетентность личности.

Термины: личность, индивид, индивидуальность, коммуникативная личность, языковая личность, коммуникативная компетентность, социальные роли, стиль коммуникации.

Выполнить:

1. Изучить основную и дополнительную литературу по теме.
2. Темы творческих работ:
Структура коммуникационной личности (модели).
Коммуникативная личность руководителя
Коммуникативная компетентность специалиста в области рекламы.
Коммуникативная личность PR-специалиста.

Литература: [1. С. 181-215; 2. С. 165-183; 3. С. 61-68].

Тема: Виды и уровни коммуникаций.

План (Семинар 4)

1. Виды и уровни коммуникаций. Типология коммуникаций.
2. Вербальная и невербальная коммуникации.
3. Психологические и социальные характеристики коммуникации.

Семинар 5

4. Уровни коммуникаций. Межличностная коммуникация.
5. Групповая коммуникация.
6. Массовая коммуникация.

Термины: вербальная коммуникация, невербальная коммуникация, визуальная коммуникация, перформансная коммуникация, межличностная, групповая и массовая коммуникация, художественная коммуникация.

Выполнить:

1. Изучить основную и дополнительную литературу по теме.
2. Темы творческих работ:
Формы коммуникации.
Природа невербальной коммуникации.
Умение слушать как условие эффективной коммуникации.
Вербальная и невербальная коммуникация в рекламе.
Перформансная коммуникация.
Художественная коммуникация и реклама.

Литература: [1. С. 41-61; 2. С. 129-165; 3. С. 24-28 ; 4. С. 293-366; 5. С. 71-153; 6. С. 92-270].

Тема: Межкультурная коммуникация.

План (Семинар 6)

1. Сущность и специфика понятий «взаимодействие культур» и «межкультурная коммуникация».
2. Формы межкультурной коммуникации.
3. Типологизация культур и коммуникация.

Семинар 7

4. Этнический и национальный уровни коммуникации.
5. Межкультурные коммуникации в международных отношениях.

6. Международные коммуникативные потоки.

Термины: межкультурная коммуникация, этнос, нация, инкультурация, национальная картина мира, международные коммуникации, информационные коммуникативные потоки.

Выполнить:

1. Изучить основную и дополнительную литературу по теме.

2. Темы творческих работ:

Межкультурная коммуникативная компетентность.

Межкультурная коммуникация в условиях глобализации.

Межкультурные коммуникации и мир ценностей.

Языковая картина мира и межкультурная коммуникация.

Межкультурная коммуникация и этапы адаптации к иной культуре.

Литература: [1. С. 96-107; 2. С. 205-225; 3. С. 78-88 ;4. С. 567-605; 5. С. 19-35].

Тема: Коммуникационные стратегии и тактики.

План (Семинар 8)

1. Понятия коммуникативной стратегии и тактики.

2. Манипулятивные стратегии.

3. Конвенциональные стратегии.

Семинар 9

4. Презентационные стратегии.

5. Стратегии воздействия.

6. Коммуникативная тактика. Коммуникативный опыт.

7. Манипуляционные технологии и их цели.

Термины: коммуникационные стратегии; коммуникативные тактики; стратегии воздействия, конвенция, манипуляция, презентация.

Выполнить:

1. Изучить основную и дополнительную литературу по теме.

2. Темы творческих работ:

Коммуникативные стратегии и коммерческая реклама.

Коммуникативные стратегии в социальной рекламе.

Коммуникативные стратегии в PR-кампании.

Литература: [1. С. 19-26; 2. С. 11-46]

РАЗДЕЛ V. ПОЛИТИЧЕСКИЕ КОММУНИКАЦИИ (3 КУРС, 5 СЕМЕСТР)

Тема: Политическая коммуникация в современном обществе

План (Семинар 1)

1. Понятие, аспекты, способы политической коммуникации.

2. Системно – функциональные концепции политической коммуникации.

3. Значение политической коммуникации в современном мире.

Термины: политическая коммуникация, политика, политическая власть, политическая информация, монологическая коммуникация, тоталитарное общество, диалогическая коммуникация, демократия, политические ценности, глобализация, масс-медиа.

Выполнить:

1. Изучить основную и дополнительную литературу по теме.
2. Темы творческих работ:
Концепция « сетевого общества» М. Кастельса.
«Общество спектакля» в концепции Ги Дебора.
Взаимосвязь эффективности управления и упорядочивания информации в концепции К. Дойча.
Теория политической коммуникации Ю. Хабермаса.

Литература: [1. С 4-11; 2. С. 116-122; 3. С. 234-249].

**Тема: Структурная организация процесса политической коммуникации
План (Семинар 2)**

1. Линейная структура и уровни политической коммуникации.
2. Сообщение, информация и текст как элементы политической коммуникации.
3. Роль посредника в процессе политической коммуникации.
4. Семиотические аспекты политической коммуникации.

Термины: политическая коммуникация, информация, текст, сообщение, семиотика, семантика, технические каналы, инфлуентальный, пропаганда, манипуляция, знаки, символизация, иконический знак, индекс, символ, политическая лингвистика.

Выполнить:

1. Изучить основную и дополнительную литературу по теме.
2. Темы творческих работ:
Структура политической коммуникации, по Г. Лассуэллу.
«Горячие и холодные» средства коммуникации, по М. Маклюэну.
Политическая лингвистика и коммуникация.
Переговорщик как профессия.
Спин-доктор как профессия.
Политическая цензура: история и современность.
Знаково-символическое отражение политической иерархии.
«Новояз» как семантический тоталитаризм в романе Дж. Оруэлла «1984»
Политический этикет как знаковая система.

Литература: [1. С 11-31; 2. С. 116-122; 3. С. 6-17; 4. С. 39-52; 91-104].

**Тема: Символический аспект политической коммуникации
План: (Семинар 3)**

1. Специфика и значение символической коммуникации.
2. Политическое управление символической коммуникацией.
3. Символика цвета как элемент политической коммуникации.

Термины: символическая коммуникация, символика цвета, государственная символика, политическая символика, партийная символика, политические ценности, ритуальная коммуникация, сакрализация, символическое пространство, семиотика победы, семиотика поражения.

Выполнить:

1. Изучить основную и дополнительную литературу по теме.
2. Темы творческих работ:
Государственно-политическая символика в современном мире.

Партийно-политическая символика в России, на Украине и др.
Символика цвета как аспект политической борьбы.
Психология восприятия цвета и политика.

Литература: [1. С 31-41; 2. С. 386-391; С .29-39].

Тема: Организация масс-медийной политической коммуникации

План: (Семинар 4)

1. Понятие и специфика масс-медийной коммуникации.
2. Событийная организация коммуникативного пространства в масс-медиа.
3. Политические факторы организации масс-медийной коммуникации.
4. Влияние СМИ на формирование общественного мнения.

Термины: масс-медийная коммуникация, общественное мнение, СМИ, разыгрывание новостей.

Выполнить:

1. Изучить основную и дополнительную литературу по теме.
2. Темы творческих работ:
«Реальность масс-медиа» по Н. Луману.
Управление новостной повесткой дня: политический аспект.
Роль СМИ в формировании общественного мнения.
СМИ в России: политический аспект.

Литература: [1. С 41-59; 2. С. 355-359].

Тема: Мобилизационные формы политической коммуникации

План: (Семинар 5)

1. Понятие и специфика мобилизационной политической коммуникации.
2. Пропагандистские коммуникативные технологии.
3. Мифотворчество как пропагандистская технология.

Термины: мобилизационные политические коммуникации, пропаганда, агитация, миф, мифотворчество.

Выполнить:

1. Изучить основную и дополнительную литературу по теме.
2. Темы творческих работ:
Популизм как пропагандистская технология в современных демократиях.
Мифотворчество в современном украинском политическом пространстве.
Пропаганда в годы Второй мировой войны.
Особенности советской пропаганды.

Литература: [1. С 59-71; 2. С .274-292, 339-351; 3. С. 245-251].

Тема: Маркетинговые формы политической коммуникации

План: (Семинар 6)

1. Понятие и формы маркетинговой политической коммуникации.
2. Основные маркетинговые коммуникативные технологии:
 - а) политическая реклама;
 - б) пиар-технологии;
 - в) политический брэнддинг.

3. Имиджмейкинг как современная маркетинговая коммуникативная технология.

Термины: маркетинговые политические коммуникации, политическая реклама, брендинг, имидж, имиджмейкинг.

Выполнить:

1. Изучить основную и дополнительную литературу по теме.

2. Темы творческих работ:

Имиджмейкер как профессия.

Нестандартные формы политической рекламы.

«Хвост виляет собакой»: киногопербола или художественный реализм?

«Чёрный» пиар: критерии и границы.

Литература: [1. С. 71-88; 2. С. 116-127; С. 446-460; 3. С. 30-38].

Тема: Интернет как форма политической коммуникации

План: (Семинар 7)

1. Специфика политической Интернет – коммуникации.

2. Идеология Интернет – коммуникации.

3. Понятие и направления деятельности электронного правительства.

Термины: Интернет – коммуникации, виртуальность, общественное мнение, электронное правительство, электронная демократия, экспертократия, Киберпространство, идеология, утопия.

Выполнить:

1. Изучить основную и дополнительную литературу по теме.

2. Темы творческих работ:

Истоки и генезис Интернет – коммуникации.

Роль Интернет-коммуникации в формировании общественного мнения.

«Экспертократия»: политическая утопия или перспектива развития современной демократии?

Электронное голосование: опыт и перспективы.

Литература: [1. С. 88-103].

Тема: Синтетические способы политической коммуникации

План: (Семинар 8)

1. Использование слухов и сплетен в политической коммуникации.

2. Функции и значение смеха в политической коммуникации.

3. Политический анекдот в современной коммуникативном пространстве.

Термины: синтетические политические коммуникации, политический анекдот, слухи, политические сплетни, политический шарж.

Выполнить:

1. Изучить основную и дополнительную литературу по теме.

2. Темы творческих работ:

Слухи и сплетни в политическом пространстве современной Украины.

«Выпускание пара» как политическая технология.

Специфика современного политического анекдота.

Политика и политики в развлекательных программах телевидения.

Литература: [1. С. 103-109; 2. С. 393-403; 3. С. 391-397].

РАЗДЕЛ VI. ОБОБЩЕНИЕ И ПОВТОРЕНИЕ ПРОЙДЕННОГО МАТЕРИАЛА

Тема: Теория коммуникации как наука и учебная дисциплина

План (Семинар 1)

1. Междисциплинарный характер теории коммуникации. Понятие коммуникации и социальной коммуникации.
2. Законы и категории теории коммуникации.
3. Коммуникативная деятельность и каналы коммуникации.
4. Функции теории коммуникации.

Термины: коммуникация, общение, информация, социальная коммуникация, смысловая коммуникация, техническая коммуникация, социальное пространство, социальное время, коммуникативное пространство, коммуникативное время.

Выполнить:

1. Изучить основную и дополнительную литературу по теме.
2. Темы творческих работ:
Коммуникация и общение: подходы в определении.
Значение понятия информации для теории коммуникации.
Астрономическое пространство и время, коммуникативное пространство и время: в чем различие.

Литература: [1. С. 12-26; 2. С. 17-22; С. 71-111; 3. С. 29-69; 4. С. 292-298; 5. С. 35-59; 6. С. 41-53].

Тема: Исторические вехи возникновения и развития коммуникации

План (Семинар 2)

1. Развитие средств коммуникации в процессе антропогенеза. Коммуникация в животном мире.
2. Эволюция коммуникации по И.И. Докучаеву. Традиционная и креативная культура, функциональное, интерперсональное и ролевое общение.
3. Эволюция коммуникации по А.В. Соколову. (От археологической словесности до неологической книжности).
4. Мультимедийная коммуникационная культура. Электронные средства коммуникации. Компьютерная глобальная сеть.

Термины: коммуникация, язык, традиционная культура, функциональное общение, служебное общение, креативная культура, каналы общения, контексты общения, ролевое общение, интерперсональное общение, общественная коммуникативная система (ОКС), археологическая словесность, палеологическая книжность, предметное письмо, пиктография, иероглифическое письмо, алфавит, неологическая книжность, книгопечатание, «Эра Гуттенберга», мультимедийная коммуникационная культура, глобальная сеть.

Выполнить:

1. Изучить основную и дополнительную литературу по теме.
2. Темы творческих работ:
Влияние культуры на характер общения.
Ролевое общение в эпоху Античности.
Влияние религии на характер мышления и формы общения.
Секуляризация эпохи Возрождения и ее влияние на общение.

Открытие диалога в XX в. М. Бубер и М. Бахтин.
Значение письменности для культуры и коммуникации.
Влияние книгопечатания на мировую культуру.
Книгопечатание и формирование новой коммуникативной среды по М. Маклюэну.
Коммуникация и журнально-газетная индустрия.
Массовая печать и проблема авторства.
Интернет, виртуальное пространство и коммуникация.

Литература: [1. С. 56- 100; 2. С. 117- 144; 3. С. 22-30].

Тема: Виды, типы и формы, функции и средства коммуникации

План (Семинар 3)

1. Многообразие коммуникаций и их классификация.
2. Виды коммуникации. Вербальные и невербальные коммуникации.
3. Реклама как вид коммуникации.
4. Массовая коммуникация. Сущность и функции массовой коммуникации.

Термины: коммуникация, вербальная коммуникация, невербальная коммуникация, визуальная коммуникация, перформансная коммуникация, межличностная, групповая и массовая коммуникация, художественная коммуникация.

Выполнить:

1. Изучить основную и дополнительную литературу по теме.
2. Темы творческих работ:
Формы коммуникации.
Природа невербальной коммуникации.
Умение слушать как условие эффективной коммуникации.
Вербальная и невербальная коммуникация в рекламе.
Перформансная коммуникация.
Художественная коммуникация и реклама.

Литература: [1. С. 41-61; 2. С. 129-165; 3. С. 24-28 ; 4. С. 293-366; 5. С. 71-153; 6. С. 92-270].

Тема: Коммуникативный процесс и коммуникативные барьеры. Структурные модели коммуникации.

План (Семинар 4)

1. Понятие коммуникации и коммуникативный процесс. Основные элементы и этапы.
2. Структурные модели коммуникации.
3. Коммуникативные барьеры (социально-культурные, психологические) и пути их преодоления.

Термины: коммуникационный процесс, субъекты коммуникации, сообщение, кодирование, декодирование, барьеры коммуникации, обратная связь, эффективность коммуникации, ошибки коммуникации, модели коммуникации.

Выполнить:

1. Изучить основную и дополнительную литературу по теме.
2. Темы творческих работ:
Модель коммуникации Р. Лассвелла.
Математическая модель коммуникации Шеннона и Уивера.
Социально-психологическая модель Т. Ньюкомба.
Человеческие барьеры коммуникации.

Технические барьеры коммуникации.
Социокультурные барьеры социальной коммуникации.

Литература: [1. С. 93-129; 2. С. 62-91; 3. С. 38-160].

Тема: Коммуникативная и языковая личность. Эффективность коммуникации.

План (Семинар 5)

1. Личность в системе коммуникации. Понятие языковой и коммуникативной личности.
2. Понятие эффективности коммуникации. Ошибки коммуникации.
3. Коммуникативная компетентность в системе профессиональной подготовки специалиста.
4. Коммуникативная культура. Возрастание роли коммуникативной компетентности в современных условиях.

Термины: субъекты коммуникации, личность, индивид, индивидуальность, коммуникативная личность, языковая личность, коммуникативная компетентность, социальные роли, стиль коммуникации.

Выполнить:

1. Изучить основную и дополнительную литературу по теме.
2. Темы творческих работ:
Структура коммуникационной личности (модели).
Коммуникативная личность руководителя.
Коммуникативная компетентность специалиста в области рекламы.
Коммуникативная личность PR-специалиста.

Литература: [1. С. 181-215; 2. С. 165-183; 3. С. 61-68].

Тема: Семиотика и коммуникация. Семиотические аспекты рекламы и пиара

План (Семинар 6)

1. Основные понятия семиотики. Виды знаков и знаковых систем. Синтактика, семантика, прагматика.
2. Специфика синтаксиса в рекламе.
3. Миф и реклама. Нарративные механизмы рекламных коммуникаций.
4. Миф как техника PR. Политический PR: создание имиджа политика.

Термины: семиотика, синтактика, семантика, прагматика, синтаксис, аллюзия, языковая игра, неологизм, фразеологизм, софизм, троп, метафора, метонимия, синекдоха, гипербола, олицетворение, эпитет, миф, нарратив, имидж.

Выполнить:

1. Изучить основную и дополнительную литературу по теме.
2. Темы творческих работ:
Семантика рекламного текста.
Синтаксис рекламного текста.
Синтаксические вербальные конструкции в рекламе.
Визуальный рекламный синтаксис.
Взаимосвязь синтактики, семантики и прагматики.
Тропы в художественных текстах и рекламе.
Метафора в рекламе.

Литература: [1. С. 157-161; 2. С. 88-90; 3. С. 53-54; 4. С. 176-180].

Тема: Политические коммуникации.

План (Семинар 7)

1. Понятие и специфика мобилизационной политической коммуникации.
2. Пропагандистские коммуникативные технологии.
3. Мифотворчество как пропагандистская технология.
4. Основные маркетинговые коммуникативные технологии:
 - а) политическая реклама;
 - б) пиар-технологии;
 - в) политический брэндинг.
5. Имиджмейкинг как современная маркетинговая коммуникативная технология.

Термины: мобилизационные политические коммуникации, пропаганда, агитация, миф, мифотворчество, маркетинговые политические коммуникации, политическая реклама, брэндинг, имидж, имиджмейкинг.

Выполнить:

1. Изучить основную и дополнительную литературу по теме.
2. Темы творческих работ:
 - Популизм как пропагандистская технология в современных демократиях.
 - Мифотворчество в современном украинском политическом пространстве.
 - Пропаганда в годы Второй мировой войны.
 - Особенности советской пропаганды.
 - Имиджмейкер как профессия.
 - Нестандартные формы политической рекламы.
 - «Чёрный» пиар: критерии и границы.

Литература: [1. С 59-71; С. 71-88; 2. С. 116-127; С .274-292, 339-351; 3. С. 245-251; 4. С. 30-38].