

1. Аттитюд - опирающаяся на эмоции предрасположенность к позитивной или негативной оценке объекта.
2. Аффективное сообщение - сообщение, целью передачи которого является возбуждение эмоций реципиента.
3. Де Соссюр Фердинанд - швейцарский лингвист, труды которого оказали влияние на развитие структурной лингвистики; автор концепции о дуальной природе знака.
4. Денотат - предмет, как объект обозначения с помощью знаков.
5. Диахронная коммуникация - коммуникационное взаимодействие, участники которого имеют различные координаты в темпоральном (временном) пространстве.
6. Знак - это материально-идеально образование, неразрывное единство плана содержания и плана выражения, выступающее в коммуникативных процессах в качестве представителя (заменителя, обозначителя) некоего другого предмета, свойства или отношения и используемое для приобретения, хранения и переработки сообщений (знаний, эмоций, волевых импульсов).
7. Знак (в концепции Ч.Пирса) - есть некоторый феномен (слово, текст, предмет, явление) замещающий, представляющий в некотором отношении другой феномен в когнитивных и коммуникативных процессах.
8. Знак S - результат индивидуального означивания субъектом объекта, индивидуальный знак, который в сознании субъекта S ставится в соответствие объекту O. Знак S в самом общем виде представляет собой суперпозицию (результат сложения) отражения объекта и его объективного знака в сознании субъекта.
9. Знак O - объективный знак, представляет собой некоторое общепринятое обозначение объекта O, считающееся нормативным для определенной социальной общности.
10. Иконические знаки (знаки-образы) - знаки, имеющие естественное сходство с обозначаемым объектом и функционирующие в качестве знаков

именно на основании факта подобия между означающим и означаемым.

11. Индексальные знаки (знаки-индексы) - знаки, выражающие функциональную связь между обозначающим и обозначаемым; функционирующие на основании реальной смежности между знаком и объектом.

12. Интеракция - социально-практическое измерение общения, совокупность процессов организации межсубъектного взаимодействия.

13. Интроперсональная коммуникация - субъектно-вырожденная коммуникация, взаимодействие субъекта с самим собой, представляющее по сути коммуникацию двух субъектов, обладающих различными координатами в темпоральном пространстве.

-

14. Информация - общенаучное понятие, включающее обмен сведениями между людьми, человеком и автоматом, автоматом и автоматом, обмен сигналами в животном и растительном мире, передача наследственных признаков от клетки к клетке, от организма к организму.

15. Источник - создатель сообщения, осуществляющий процессы его кодирования и отправления (выделяют четыре типа источников - личность, группа, организация, масса).

16. Канал - средство, с помощью которого передается сообщение.

17. Когнитивное сообщение - сообщение, направленное на увеличение объема информации у реципиента.

18. Коды - правила организации знакового взаимодействия.

19. Коммуникация - эффективное синхронное и диахронное взаимодействие социальных субъектов, опосредованное субстанцией, имеющей смысл для них обоих.

20. Конативное сообщение - сообщение, направленное на побуждение реципиента к действию.

21. Конвенция - договоренность, устанавливающая связь между формой и смыслом знака, функционирующая в рамках определенного сообщества.
22. Концепт (в лингвистике = понятие) - субъективное представление обо всем классе денотатов данного знака, функционирующее в сознании субъекта знаковой деятельности.
23. Культура - система убеждений, ценностей, символов, языка, паттернов поведения, которые субъект разделяет с группой, сообществом или обществом.
24. Лассвелл Харальд - американский политолог, представитель бихевиористского подхода к политической науке, создатель модели коммуникации SMCRE.
25. Механический шум - любые искажения количественных и качественных параметров сообщения, происходящие помимо воли источника, причиной которых является несовершенство технических параметров канала.
26. Моррис Чарльз - американский философ, представитель логико-прагматической школы, автор концепции трех измерений семиозиса и трехчастной структуры семиотики.
27. Общение - процесс взаимосвязи и взаимодействия социальных субъектов, в котором происходит обмен деятельностью, информацией, опытом, способностями, умениями, навыками, а также результатами деятельности.
28. Объект теории коммуникации - социальная коммуникация, понимаемая в широком смысле как процессы социального взаимодействия между людьми, прежде всего, информационно-знаковый аспект этих процессов.
29. Ориентация - когнитивная осведомленность и эмоции, связанные с воспринимаемым объектом.
30. Парадигма - совокупность знаков, в рамках которой все элементы имеют общий признак, но при этом каждый элемент отличается ото всех других.

31. Перцепция (от лат. "perceptio" - воспринимать, ощущать) - процесс восприятия сообщений, осуществляемый субъектами общения; ментальная активность индивида, связанная с познанием и пониманием сообщения
32. Пирс Чарльз - американский философ, логик, математик, основоположник прагматизма и семиотики, автор треугольной модели знаковой деятельности человека.
33. План выражения знака - форма, в которой знак существует и выражается.
34. План содержания знака - значение знака, его смысл.
35. Прагматика - раздел семиотики, посвященный изучению отношений между знаками и их пользователями - людьми и социальными общностями. Прагматическое измерение семиозиса показывает, каким образом субъекты коммуникации используют, воспринимают, интерпретируют знаки и знаковые системы.
36. Предмет теории коммуникации - психологические, социальные, семиотические явления, процессы, отношения, возникающие в ходе и результате обмена информацией (смыслами) между социальными субъектами.
37. Презентационные коды - коды для сообщений, не способных существовать отдельно от коммуникатора и социальной ситуации.
38. Репрезентационные коды - коды для сообщений, способных существовать независимо от субъекта коммуникации.
39. Реципиент - получатель сообщения, осуществляющий перцепцию, декодирование сообщения (выделяют четыре типа получателей - личность, группа, организация, масса).
40. Селективность - избирательность реципиента, проявляющаяся в процессах восприятия, запоминания сообщения.
41. Семантика - раздел семиотики, посвященный изучению отношений мира знаков к объективному миру; рассматривающий законы образования и

функционирования смыслов в опосредованных знаками социальных взаимодействиях.

42. Семантический шум - искажения параметров сообщения, которые возникают в процессе кодирования и декодирования информации в результате неправильного употребления символов, кодов, языка.

43. Семиозис (от греч. semeiosis) - процесс интерпретации знака, порождения значения, в котором нечто начинает функционировать как знак.

44. Семиотика (от греч. semeiot - знак) - комплекс научных теорий, исследующих природу, виды, функции знаков, свойства знаковых систем и знаковую деятельность человека

45. Символические знаки - знаки, имеющие условную, являющуюся результатом договоренности между членами данного сообщества связь между означающим и означаемым.

46. Синтагма - комбинация элементов парадигмы, выстроенных в имеющую смысл последовательность.

-

47. Синтактика (от греч. Syntaktikos - строящий по порядку, приводящий в порядок) - раздел семиотики (измерение семиозиса), посвященный изучению синтаксических, структурных свойств знаковых систем: закономерностей их построения, сочетания, преобразования.

48. Синхронная коммуникация - коммуникативное взаимодействие, участники которого имеют одинаковые темпоральные (временные) характеристики (коммуникация происходит "здесь и сейчас")

49. Смысловое значение знака - свойство знака представлять, фиксировать определенные стороны, черты обозначаемого объекта; это то, что понимает человек, воспринимающий или воспроизводящий данный знак.

50. Сообщение - информация, то есть закодированная идея, перемещаемая от источника к получателю.

51. Социальная информация - 1) информация, связанная с перемещением индивидуально и социально значимых смыслов; 2) совокупность знаний, сведений, данных, сообщений, которые формируются и используются в обществе субъектами, в качестве которых выступают индивиды, социальные группы и организации, целевой функцией социальной информации является регулирование отношений между людьми, человеком и природой.

52. Субстанция идеальной природы - это субстанция, которую составляют информационные образования, воспринимаемые перцепторными системами субъектов коммуникации как специфические стимулы, имеющие особое содержание или смысл.

53. Субстанция идеально-материальной природы - субстанция идеальной природы, имеющая материальный носитель, обеспечивающий возможность сохранения субстанции во времени.

54. Субстанция материально-идеальной природы - субстанция смешанного типа, материальный носитель которой выступает как ведущий компонент.

55. Субстанция материальной природы - это субстанция, которую составляют предметы, явления и процессы материального мира, способные существовать в физическом пространстве независимо от субъектов коммуникации.

56. Фреге Готлиб - немецкий математик, логик, автор треугольной логической модели функционирования знака.

57. Шеннон Клод Элвуд - американский ученый и инженер, один из создателей математической теории информации, разработчик математической модели коммуникации.

58. Шум - любой источник искажения качественных и количественных параметров сообщения в системе коммуникации.

59. Экспрессивное значение знака - выражаемые посредством данного знака (при использовании его в соответствующем контексте в данной ситуации) эмоции и оценки использующего этот знак субъекта.

60. Энтропия - пространство информационных выборов, количественный измеритель информации, степень неопределенности системы

-

61. Эффект коммуникации - любые изменения параметров сознания, подсознания, психики реципиента, произошедшие в результате получения сообщения (прямой эффект), а также любые изменения, наступившие в других элементах процесса коммуникации в связи с сообщением (косвенный эффект).

62. Языковой знак - двуединая сущность, единство означаемого (предмет мысли, смысл) и означающего (форма, в которой данный знак существует).