

СОЦИАЛЬНЫЕ КОММУНИКАЦИИ

Программу составили: д-р социол. наук, проф. *Феликс Иосифович Шарков*, канд. ист. наук *Ниса Чингизовна Мустафаева*

Требования к обязательному минимуму содержания дисциплины

<i>Код по ГОС ВПО</i>	<i>Название дисциплины и дидактическое содержание</i>	<i>Трудоемкость по ГОС ВПО</i>
<i>ОПД. Ф.01</i>	<p>Социальные коммуникации</p> <p><i>Дидактическое содержание:</i> курс ориентирует на коммуникативные компоненты профессиональной деятельности. Основное внимание уделяется проблемам, которые возникают в работе специалистов, занятых в библиотечно-информационной деятельности.</p> <p>Курс включает в себя следующие разделы:</p> <p><i>Раздел 1.</i> Предмет, структура, задачи курса. Категории и понятия науки о социальных коммуникациях. Эволюция социальных коммуникаций. Уровни коммуникационной культуры: словесная культура, книжная культура, мультимедийная культура.</p> <p><i>Раздел 2.</i> Возникновение и развитие коммуникационных каналов и коммуникационных средств в обществе.</p> <p><i>Раздел 3.</i> Социальная память. Движение социальной информации в обществе.</p>	68 часов

	<p><i>Раздел 4.</i> Развитие теорий информации и коммуникации.</p> <p><i>Раздел 5.</i> Каналы коммуникаций. Возможности коммуникационных каналов. Документный канал коммуникации.</p> <p><i>Раздел 6.</i> Информационная основа социальных коммуникаций. Информационный процесс как сущностная основа социальных коммуникаций.</p> <p><i>Раздел 7.</i> Механизмы взаимодействия коммуникантов и реципиентов в социальной среде. Коммуникативная личность.</p> <p><i>Раздел 8.</i> Социально-коммуникационные институты. Коммуникации в различных сферах жизнедеятельности человека. Коммуникационные средства.</p> <p><i>Раздел 9.</i> Семиотический, системный и деятельностный подходы к социальным коммуникациям.</p> <p><i>Раздел 10.</i> Информационная культура. Этика и культура в социальных коммуникациях.</p> <p><i>Раздел 11.</i> Коммуникативная компетентность. Социально-психологические основы общения в социальных коммуникациях.</p> <p><i>Раздел 12.</i> Электронная коммуникация и Интернет в социальных коммуникациях.</p>	
--	--	--

Рабочая программа

Цели и задачи дисциплины

Дисциплина ориентирует на коммуникативные компоненты профессиональной деятельности, ее изучение способствует решению следующих типовых задач профессиональной деятельности:

- оценка личных и общественных коммуникационных потребностей;
- участие в коммуникационной деятельности и межличностном, межгрупповом общении;

- правильное применение коммуникационных каналов, механизмов социальной коммуникации.

Целью данной дисциплины является ознакомление с историей возникновения и развития различных теорий массовой коммуникации как видом деятельности и социальным процессом, а также с современными теориями коммуникаций и практикой их осуществления. Применительно к подготовке специалистов по библиотечно-информационной деятельности в курсе «Социальные коммуникации» основное внимание уделяется проблемам, которые возникают в работе специалистов, занятых этими видами деятельности.

Задачи дисциплины «Социальная коммуникация»:

- ознакомить слушателей с историческими вехами возникновения и развития коммуникационных каналов и средств в обществе;
- изучить теории информации и коммуникации с целью выделения из общей теории массовой коммуникации узловых моментов, дающих представление библиотекарям-библиографам, специалистам по информационным ресурсам о процессах коммуникации, участниками которых они являются или им предстоит быть и которые им придется формировать;
- изучить типы, виды, функции, формы, модели и структурные компоненты коммуникации;
- освоить процесс информационного обмена, происходящий в социальных организациях и в обществе в целом;
- ознакомить слушателей со спецификой коммуникаций в различных сферах социальной жизни, особенностями формирования информационной культуры, освоения этических норм и методов исследования коммуникации;
- определить взаимосвязи между обобщающей теорией коммуникации и прикладными информационными и библиотечно-библиографическими дисциплинами;
- выработать умение использовать специальную терминологию в области социальной коммуникации, чтобы применять её в библиотечной деятельности, в частности, при анализе, систематизации, учете и хранении научной и учебной литературы по проблемам коммуникации.

Требования к уровню освоения содержания дисциплины

Слушатель, изучивший дисциплину, должен *знать*:

- основы теории коммуникации (позволит понимать социальную коммуникацию как движение смыслов в социальном пространстве и времени);
- структуру и содержание системы коммуникации (позволит выявить механизм производства информации, мультипликации, кодирования, распространения, приема, декодирования и использования информации, а также особенности прохождения информации по составным звеньям коммуникативной цепи: коммуникатор, канал коммуникации, аудитория);
- семиотику языка (позволит использовать знак как средство передачи различного рода информации, социальные символы для обозначения состояния объекта, отличать семиотические особенности различных коммуникативных систем);
- механизмы взаимодействия коммуникантов и реципиентов (позволит оценить коммуникативную деятельность людей, обусловленную рядом социально значимых оценок, конкретными ситуациями, спецификой коммуникативных сфер и норм общения, принятых в обществе).

Слушатель должен *уметь* применять полученные в ходе обучения навыки анализа информационно-коммуникационных процессов в практике работы, способствующие в приобретении умений формировать и хранить документные фонды, проводить аналитико-синтетическую переработку информации, обслуживание пользователей различных учреждений в системе документных коммуникаций.

Слушатель также должен уметь: ориентироваться в коммуникационных потоках, службах и системах; определять коммуникационные потребности различных реципиентов и целевые установки различных коммуникантов; ориентироваться в литературе по социально-коммуникационной проблематике и пользоваться специальной терминологией.

Получив базовые знания и умения, пройдя практическую подготовку в процессе обучения, слушатели должны *владеть*

основными навыками, необходимыми современным специалистам в сфере социальных коммуникаций, и прежде всего средств массовых коммуникаций, что позволит слушателям успешно освоить другие специальные дисциплины в системе дисциплин по направлению «Библиотечно-информационная деятельность».

В процессе освоения дисциплины слушатели получат целостное научное представление:

- об исторических вехах возникновения коммуникации в социуме, основных научных школах, направлениях, концепциях теории коммуникации, категориальном и понятийно-терминологическом аппарате, методологии исследования;
- об особенностях различных уровней коммуникационных процессов, прежде всего межличностной, специализированной и массовой коммуникации;
- о коммуникации как процессе производства, мультипликации, распространения, приема, использования информации;
- о коммуникации как структуре, которая состоит из следующих элементов коммуникативной цепи: коммуникатор, содержание, аудитория; влияние каждого звена на эффективность коммуникации;
- о фигуре коммуникатора как соединении индивидуального и институционального компонентов в нем; о характеристике факторов общения с конкретным коммуникатором, которые проявляются как престижность, надежность, доверительность;
- о содержании коммуникации, т. е. о языке коммуникации и семиотике языка: синтактике, семантике, прагматике; о процессе передачи информации;
- о когнитивной, волюативной и экспрессивной структуре информации и сферы ее потребления;
- об аудитории коммуникации и ее объективных и субъективных характеристиках; о факторах и барьерах коммуникации: психологических, языковых, социальных;
- о понятии эффективности коммуникации.

Объем дисциплины и виды учебной работы

Виды учебной работы	Объем дисциплины (час.)
Аудиторные занятия, в том числе:	48
лекции	32
практические занятия и лабораторные работы	16
Самостоятельная работа	20
Общая трудоемкость	68

Семестры и вид отчетности по дисциплине

Семестр	Вид отчетности (контрольная работа, зачет, экзамен)
1	зачет

Содержание дисциплины

Разделы дисциплины и виды учебной работы

Наименование разделов и тем	Всего часов учебных занятий	В том числе аудиторных учебных занятий	Из них по видам учебных занятий		
			лекции	семинары, практические занятия	самостоятельная работа
<i>Раздел 1.</i> Предмет, структура, задачи курса. Категории и понятия науки о социальных коммуникациях. Эволюция социальных коммуникаций. Уровни коммуникационной культуры: словесная культура, книжная культура, мультимедийная культура	7	4	2	2	3

<i>Раздел 2. Возникновение и развитие коммуникационных каналов и коммуникационных средств в обществе</i>	6	4	4		2
<i>Раздел 3. Социальная память. Движение социальной информации в обществе</i>	6	4	4		2
<i>Раздел 4. Развитие теорий информации и коммуникации</i>	7	4	2	2	3
<i>Раздел 5. Каналы коммуникаций. Возможности коммуникационных каналов. Документный канал коммуникации</i>	6	4	2	2	2
<i>Раздел 6. Информационная основа социальных коммуникаций. Информационный процесс как сущностная основа социальных коммуникаций</i>	8	4	4		4
<i>Раздел 7. Механизмы взаимодействия коммуникантов и реципиентов в социальной среде. Коммуникативная личность</i>	6	4	4		2
<i>Раздел 8. Социально-коммуникационные институты. Коммуникации в различных сферах жизнедеятельности человека. Коммуникационные средства</i>	6	4	2	2	2

<i>Раздел 9. Семиотический, системный и деятельностный подходы к социальным коммуникациям</i>	4	4	2	2	
<i>Раздел 10. Информационная культура. Этика и культура в социальных коммуникациях</i>	4	4	2	2	
<i>Раздел 11. Коммуникативная компетентность. Социально-психологические основы общения в социальных коммуникациях</i>	4	4	2	2	
<i>Раздел 12. Электронная коммуникация и Интернет в социальных коммуникациях</i>	4	4	2	2	
Всего по курсу	68	48	32	16	20
Итоговый контроль	зачет				

Содержание разделов дисциплины

Раздел 1. Предмет, структура, задачи курса. Категории и понятия науки о социальных коммуникациях. Эволюция социальных коммуникаций. Уровни коммуникационной культуры: словесная культура, книжная культура, мультимедийная культура

Предмет курса — изучение процесса информационного обмена, происходящего в социальных организациях и обществе в целом. Изучение коммуникативной деятельности людей, обусловленной рядом социально значимых оценок, конкретных ситуаций, коммуникативных сфер и норм общения, принятых в обществе.

Социальная коммуникация как отрасль коммуникации и учебная дисциплина. Основные составляющие социальной коммуникации.

Освоение основных методологических направлений, изучающих теоретико-методологические основы социальной коммуникации: бихевиоризм, символический интеракционизм, феноменализм, функциональный подход, структурализм, технологический детерминизм и др.

Социальная коммуникация как движение смыслов в социальном времени и пространстве. Проблематика социальной коммуникации в социологии, социальной психологии. Функции интегральной теории социальной коммуникации: трансляционная, стратегическая, терминологическая, практическая, методологическая, общенаучная, мировоззренческая.

Основные понятия науки о социальных коммуникациях: социально-коммуникационный институт, семиотическая коммуникация, социально-коммуникационный знак, социальная информатика, социальная информация, коммуникационный канал, социально-коммуникационные потребности, коммуникационная деятельность, социальная память, коммуникант, реципиент, электронная коммуникация, информационный процесс, коммуникативная компетентность и др.

Раздел 2. Возникновение и развитие коммуникационных каналов и коммуникационных средств в обществе

Генезис массовых коммуникаций. Коммуникативные революции (изобретение письменности; изготовление печатного станка; внедрение электронных масс-медиа).

Истоки и основные парадигмы социальных коммуникаций. Введение Т. Джеферсоном в оборот термина «public relations». Рассмотрение социальной коммуникации в контексте бихевиоризма, символического интеракционизма, персонализма, экзистенциализма.

Рационалистский подход (концепция технологического детерминизма).

Иррационалистский подход (понимающая социология).

Социологическое исследование коммуникативных функций языка. Социолингвистика.

Концепция постиндустриального общества.

Различные концепции изучения социальных коммуникаций (классическая позитивистская методология субъектно-объектных диспозиций; когнитивная модель субъектно-объектных отношений; постнеклассический подход).

«Критический анализ дискурса».

Раздел 3. Социальная память. Движение социальной информации в обществе

Социальная память. Виды памяти и мнемические действия. Информационная модель индивидуальной памяти. Групповая социальная память. Структура социальной памяти общества.

Информация как основной элемент коммуникативных систем. Производство и потребление информации. Информационная сфера.

Роль информатизации в управленческой деятельности и функционировании коммуникативных систем.

Информатика. Получение, хранение, преобразование, передача и использование информации.

Обеспечение информационной безопасности систем коммуникации. Безопасность массовой информации.

Средства массовой информации как основное средство продвижения социальной информации.

Раздел 4. Развитие теорий информации и коммуникации

Классическая парадигма коммуникации (Г. Лассуэл).

Новая коммуникативная стратегия.

Функциональный подход в исследовании сущности массовой информации.

Теория массового общества.

Критическая теория.

Теория гегемонии массовой коммуникации.

Теория эгалитарной массовой коммуникации.

Структурные направления в исследовании массовой коммуникации.

Современный социокультурологический подход к пониманию массовой информации.

Концепция свободного потока информации.

Бирмингемская школа методологического коллективизма.

Культурологическая теория коммуникации.

Теория коммуникативной компетентности.

Теория минимального познания.

Теории массовой коммуникации в отечественных и зарубежных исследованиях. Сущность и функции массовой коммуникации. Массовая коммуникация и сфера общественных связей и отношений. Моделирование массовой коммуникации, особенности структурных элементов массовой коммуникации. Социально-психологические, информационные и коммуникативные факторы, способствующие воздействию массовой коммуникации. Средства массовой коммуникации и средства массовой информации. Система средств массовой информации.

Раздел 5. Каналы коммуникаций. Возможности коммуникационных каналов. Документный канал коммуникации

Разновидности коммуникационных каналов. Естественные коммуникационные каналы (вербальный, невербальный). Искусственные коммуникационные каналы (иконические и символные документы).

Устная коммуникация. Схема устной коммуникации. Функции естественного языка и речи. Коммуникационные барьеры. Шунт как средство преодоления барьеров и повышения эффективности коммуникации.

Документивная коммуникация. Система документивной коммуникации. Функции документов. Цензура как орудие коммуникационного насилия.

Раздел 6. Информационная основа социальных коммуникаций. Информационный процесс как сущностная основа социальных коммуникаций

Информационная основа социальной коммуникации. Производство информации, мультипликация, кодирование, распространение, прием, декодирование, использование информации.

Прохождение информации по составным звеньям коммуникативной цепи: коммуникатор, канал коммуникации, аудитория (реципиент).

Обмен информацией, инициированный со стороны получателя. Передача информации по инициативе источника. Обеспечение процесса социальной коммуникации. Обмен информацией по заранее установленным правилам. Общение как обмен информацией.

Понятие информационной доминанты коммуникации. Виды доминант.

Аргументация в информационно-коммуникативном процессе. Доказательство, подтверждение, оправдание, объяснение, интерпретация, возражение как элементы коммуникативного процесса.

Понятие информационной доминанты коммуникации. Стратификационные доминанты: социальный статус коммуникантов, социальная дифференциация, социальная интеграция, социальная интерференция. Ситуативные доминанты: коммуникативные роли, коммуникативная сфера, коммуникативная ситуация, коммуникативная установка. Оценочные доминанты: ценностная ориентация, оценочная информация, оценка партнера, самооценка, социальный стереотип. Функциональные доминанты: апеллятивная, побудительная, волеизъявительная, ритуальная, перформативная, самопрезентационная.

Раздел 7. Механизмы взаимодействия коммуникантов и реципиентов в социальной среде. Коммуникативная личность

Структурные компоненты коммуникации: адресант (коммуникатор), адресат (реципиент), сообщение (информация), код, канал, ситуация, реакция (эффективность).

Коммуникатор и социологические способы его изучения. Цели коммуникатора. Коммуникативные роли и обмен информацией в коммуникативной сфере. Границы коммуникативной сферы. Социальные роли коммуникатора.

Способы воздействия в межличностной коммуникации. Механизмы и условия, обеспечивающие эффективность межличностной коммуникации.

Роли коммуникантов в процессе обмена информацией. Мотивированность действий коммуникантов.

Личность в системе коммуникации. Различные подходы к определению структуры личности. Понятие языковой личности: вербально-семантический, лингво-когнитивный, мотивационные уровни. Параметры коммуникативной личности: мотивационный, когнитивный, функциональный. Сущность и содержание коммуникативной актуальности, коммуникативных норм и правил, социальной, политической, профессиональной и другой ориентированности аудитории.

Разовое, кратковременное, длительное (постоянное) воздействие коммуникатора на аудиторию. Совместимость коммуникатора и аудитории. Опосредованная коммуникация с аудиторией.

Опосредованное взаимодействие через «лидеров мнений». Воздействие через убеждение. Оптимизация деятельности аудитории. Контакты с целью формирования группового сознания. Социальный контроль посредством взаимодействия заинтересованных субъектов с аудиторией.

Ознакомление аудитории с достижениями культуры и искусства. Предоставление аудитории деловой, научно-технической, политической, юридической, медицинской, экологической и другой информации.

Реакция аудитории на коммуникативное послание.

***Раздел 8. Социально-коммуникационные институты.
Коммуникации в различных сферах жизнедеятельности
человека. Коммуникационные средства***

Происхождение и виды социально-коммуникационных служб, систем и институтов. Сущностные и прикладные фун-

кции социально-коммуникационных явлений. Либерально-демократические принципы и схемы функционирования социально-коммуникационных институтов. Тоталитарные принципы и схемы функционирования социально-коммуникационных институтов.

Связи с общественностью (PR) как вид коммуникации. Коммуникации в государственных и общественных структурах.

Коммуникации в различных отраслях социальной сферы: образовании, культуре, здравоохранении, физической культуре, рекреации, спорте.

Офисная коммуникация. Особенности рекламной коммуникации. Социальная реклама. Маркетинговые коммуникации в библиотеке.

Коммуникация в кризисных и конфликтных ситуациях. Библиотечная конфликтология. Конфликты в библиотечном коллективе. Межличностные и межгрупповые конфликты в библиотеке. Экономические, социальные, психологические аспекты конфликтов.

Особенности осуществления уличных коммуникаций. Стихийные коммуникации и процессы обмена информацией.

Средства коммуникации. Несловесные (персональные, устные и др.) письменные (персональные, групповые и др.) средства коммуникации.

Раздел 9. Семиотический, системный и деятельностный подходы к социальным коммуникациям

Понятие знака. Типологии знаков. Знак как средство передачи информации различного рода: компоненты значения знака. Символьная коммуникация. Социальные символы (с позитивным знаком — рождение, свобода, истина, справедливость, добро, любовь; с негативным знаком — смерть, рабство, ложь, несправедливость, зло, ненависть).

Содержание и средства речевой коммуникации. Вариативность языка (лингвистическое, информационно-содержатель-

ное, коммуникативное). Синтактика, семантика, прагматика как основные отношения знаков. Семиотические особенности различных коммуникативных систем. Семиосоциологическая концепция коммуникации.

Понятие системности. Система языка и коммуникативные системы. Виды коммуникативных систем.

Кодирование действительности в онтогенезе и филогенезе. Коммуникативная, интерактивная, перцептивная стороны общения. Гуманистический, ритуальный, манипулятивный подход к коммуникационной деятельности: цели, социально-психологические механизмы. Индивидуальное и социальное в общении.

Раздел 10. Информационная культура. Этика и культура в социальных коммуникациях

Коммуникационные аспекты эволюции культуры.

Информация как передача когнитивной, волюативной и экспрессивной культуры.

Культура восприятия, потребления и распространения информации. Лингвокультурологические аспекты коммуникации.

Этические аспекты социальной коммуникации. Совместимость партнеров как коммуникативных личностей, адекватное восприятие смысловой и оценочной информации, воздействие через убеждение.

Межкультурная коммуникация. Коммуникация как культурно обусловленный процесс. Национальный характер и его отражение в коммуникации. Стереотип в межкультурной коммуникации. Понятие и сущность стереотипа. Функции и значение стереотипов в межкультурной коммуникации. Сохранение и передача социально-культурного наследия. Специфика коммуникации в изобразительном искусстве, архитектуре, танце, музыке, театральном искусстве, литературе. Коммуникативные системы кино и телевидения. Мифологическая и художественная коммуникации. Возможности воздействия на аудиторию через синтетические виды коммуникации.

Раздел 11. Коммуникативная компетентность. Социально-психологические основы общения в социальных коммуникациях

Репрезентативная система в социальной коммуникации. Виды сенсорных каналов. Формирование раппорта (отношений взаимопонимания).

Общие требования к коммуникатору и адресату (аудитории): минимум общих (базовых) знаний; владение общими вербальными и невербальными коммуникативными единицами; владение общим кодом; совместная мотивация коммуникации. Умение говорить. Умение слушать.

Социально-психологические сценарии поведения в социальных коммуникациях. Психологическая подстройка к партнеру. Приемы психологического присоединения. Общение как одна из форм коммуникационной деятельности. Методологические основы библиотечного общения. Структура библиотечного общения. Виды, функции и специфика коммуникации в библиотечно-информационной среде. Библиотека как «центр человеческого общения» (термин С.А. Езовой).

Раздел 12. Электронная коммуникация и Интернет в социальных коммуникациях

Возникновение электронной коммуникации. Электронная коммуникация, основанная на космической радиосвязи, микроэлектронной и компьютерной технике, оптических устройствах записи. Функции электронной коммуникации. Глобальная коммуникационная система Интернет. Социальные коммуникации в Интернете для библиотек. Анализ перспектив отечественных и иностранных библиотек в Интернете. Формирование электронной библиотеки как направление развития научных коммуникаций.

Содержание контрольных заданий

Перечень контрольных работ

КОНТРОЛЬНАЯ РАБОТА № 1.

Теория коммуникации как наука и учебная дисциплина

Проблемы изучения феномена коммуникации в современном обществе.

В чем состоит многоаспектный подход к изучению теории коммуникации?

Определите объект и предмет исследования теории коммуникации.

Дайте характеристику законов — условий, обуславливающих информационный обмен в природе и обществе и существующих в теории коммуникации. Объясните специфику их проявления.

Определите структуру понятийно-категориального аппарата теории коммуникации и дайте характеристику различных ее уровней.

КОНТРОЛЬНАЯ РАБОТА № 2.

Методология и методы исследования теории коммуникации

Определите методологический аспект теории коммуникации.

Охарактеризуйте сущность общенаучных, частнонаучных и специализированных методов, используемых в теории коммуникации, и определите их соотношение и взаимодействие.

Объясните, как используется системно-аналитический подход в изучении коммуникативных процессов и какие виды коммуникативных систем выделяются в теории коммуникации.

Какие специализированные методы изучения коммуникативной проблематики используются в коммуникативной науке и объясните специфику их действия.

КОНТРОЛЬНАЯ РАБОТА № 3.

Основные исторические этапы и направления развития теории коммуникации

Определите истоки возникновения и основные исторические этапы развития зарубежной и отечественной теории коммуникации и дайте краткую характеристику их специфики и сущности.

Охарактеризуйте ключевую сущность основных общетеоретических концепций XX в. и объясните их влияние на развитие теории коммуникации.

Определите в чем состоит сущность западноевропейского варианта психоаналитической теории масс и какие основные психолого-теоретические концепции формирования массового сознания выработали русские ученые. Охарактеризуйте, какое значение имеет коллективная рефлексология В.М. Бехтерева для анализа процессов формирования массового сознания.

Дайте характеристику основных теоретических положений психоаналитической теории массового сознания.

КОНТРОЛЬНАЯ РАБОТА № 4.

Структурный функционализм и теория конфликта как социологические источники теории коммуникации

Социологическая теория действия Т. Парсонса и ее роль в развитии теории коммуникации. Охарактеризуйте аналитический инструментарий структурного функционализма, разработанный Т. Парсонсом.

Методологическая модель функционального анализа Р. Мертон и ее значение в развитии современной теории коммуникации. Определите основные понятия и принципы, которые лежат в основе функционального анализа.

Объясните коммуникативную природу социального конфликта, определив само понятие конфликта, его основные структурные компоненты и ключевые функции, которые он выполняет в социальной жизни, а также основные условия и принципы разрешения конфликта.

Охарактеризуйте прикладные схемы-модели коммуникативных процессов природы и общества в контексте структурно-функциональной традиции.

КОНТРОЛЬНАЯ РАБОТА № 5.

Основные социологические источники теории коммуникации

Символический интеракционизм как теория межличностной коммуникации. Охарактеризуйте основополагающие факторы коммуникативного процесса, которые рассматривает в своей классической теории межличностного взаимодействия Дж. Г. Мид. Объясните значение «зеркального Я» теории Ч.Х. Кули для развития символического интеракционизма. Дайте краткую характеристику коммуникативных процессов в социально-драматургической концепции И. Гофмана.

Критическая традиция Франкфуртской школы в анализе процессов массовой коммуникации современного общества. Объясните феномен индустрии культуры современного общества, который рассматривается в контексте критической философии. Охарактеризуйте понятие «формально-прагматического дискурса» в теории коммуникативного действия Ю. Хабермаса и объясните его значение для системы регуляции современных социальных процессов.

Структурно-лингвистический подход в исследовании массовой коммуникации. Какое осмысление проблем коммуникации предлагает классический структурализм? Охарактеризуйте основные модели коммуникации (антропологическую, семиотическую и текстовую), которые разрабатывает современный структурализм.

КОНТРОЛЬНАЯ РАБОТА № 6.

Постсовременные концепции теории коммуникации и феномен массовой коммуникации современного общества

Постмодернистское видение коммуникативных процессов в обществе. Охарактеризуйте общество постмодерна и его

коммуникативные проблемы в умеренной социальной теории Ф. Джеймсон и в радикальной социальной концепции Ж. Бодрийяр.

Постструктурные модели анализа коммуникативных процессов Ж. Деррида и М. Фуко. Разъясните основные теоретические положения теории Ж. Деррида «Мир как текст» и дискурсивной концепции М. Фуко.

Дайте сущностную характеристику прикладных моделей коммуникации второй половины XX в. Раскройте роль социального феномена массовой коммуникации в теории «магической пули» или «инъекций», в теории игры У. Стивенсона, а также в теории искажения новостей У. Липпмана и теории диффузии инноваций Э. Роджерса. Объясните основные теоретические положения теорий формирования общественного мнения современного общества (теория «Спираль молчания» Э. Ноэль-Нойман, теория информационного дефицита и теории заговора и медиазависимости).

КОНТРОЛЬНАЯ РАБОТА № 7.

Коммуникация как система и процесс: общая характеристика

Дайте общую характеристику коммуникативного процесса и его основных составных элементов, обратив особое внимание на процесс осуществления коммуникации и прохождения информации по основным составным звеньям коммуникативной цепи. Охарактеризуйте различные каналы передачи информации, их специфические свойства и обратную связь как специфический элемент коммуникационного процесса. Объясните роль и значение сообщения и обратной связи в осуществлении коммуникативного процесса.

Охарактеризуйте субъектов коммуникативного процесса (коммуникаторов и коммуникантов), отмечая их основные цели, социальные роли и функции, выполняемые ими в реальной действительности.

Объясните коммуникативную природу массовой аудитории как элемента коммуникативного процесса. Специфика разо-

вого, кратковременного, длительного или постоянного коммуникативного взаимодействия коммуникатора и аудитории. Характеристика опосредованной коммуникации с аудиторией.

КОНТРОЛЬНАЯ РАБОТА № 8.

Основные уровни коммуникации

Дайте общую характеристику уровней коммуникации, определив типологию и основные критерии выделения различных групп уровней коммуникации.

Охарактеризуйте семиотический уровень коммуникации и роль различных знаковых систем в изучении процесса коммуникации. Какие основные семиотические закономерности существуют и как они используются для анализа текста?

Объясните предназначение и дайте общую характеристику основных знаковых систем вербальной и невербальной коммуникации. Почему «язык» представляет собой социальное явление, и каково соотношение понятий «язык» и «речь»?

Охарактеризуйте основные структурные элементы языковой структуры и знаковые системы невербальной коммуникации.

В чем состоит тенденция развития современных коммуникационных процессов и каковы типичные характеристики различных видов коммуникативных систем, существующих на синтетическом уровне?

КОНТРОЛЬНАЯ РАБОТА № 9.

Коммуникативная личность и уровни коммуникации, определяемые численностью аудитории

Дайте сущностную характеристику коммуникативной личности и критериям ее оценки.

Рассмотрите межличностный уровень коммуникации как процесс общения. Охарактеризуйте основные элементы структуры общения и дайте характеристику основных механизмов межличностного восприятия и его искажения?

Раскройте проблемы внутригрупповой коммуникации, определив само понятие малой группы, ее сущностные критерии и внутреннюю структуру взаимодействий.

Охарактеризуйте динамические процессы коммуникативных взаимодействий в малых группах.

КОНТРОЛЬНАЯ РАБОТА № 10.

Массовая коммуникация

Охарактеризуйте массовую коммуникацию как макроуровень коммуникационных процессов и объясните ее специфику, определив само понятие «массовой коммуникации» и ее социальную роль в современном мире. Дайте характеристику основных структурных компонентов массовой коммуникации.

Проанализируйте основные функции массовой коммуникации, которые она выполняет в обществе, раскрывая их социальный и социально-психологический уровни.

Объясните механизм превращения социальной информации в массовую информацию. Проанализируйте действие основных факторов, способствующих воздействию массовой коммуникации, и проблему ее эффективности. Раскройте проблему манипулирования общественным сознанием.

КОНТРОЛЬНАЯ РАБОТА № 11.

Факторы воздействия и социологические доминанты массовой коммуникации

Дайте сущностную характеристику факторам воздействия массовой коммуникации, определяя социально-психологическую, информационную и коммуникативную природу воздействия массовых коммуникационных процессов современного общества. Охарактеризуйте основные объективные и субъективные факторы, обеспечивающие эффективную коммуникацию.

Проанализируйте понятие «социологической доминанты» коммуникации. Охарактеризуйте основные группы (стратификационную, ситуативную, оценочную и функциональную) социологических доминант коммуникации.

КОНТРОЛЬНАЯ РАБОТА № 12.

Характеристика специализированных коммуникаций

Каково предназначение и особенности коммуникативных процессов в бизнес- и государственных структурах и почему коммуникацию можно рассматривать как функцию управления данными структурами?

Почему рекламу рассматривают как разновидность массовой коммуникации и как социальное явление? Дайте определение понятия рекламы и охарактеризуйте ее ведущие признаки.

Рассмотрите связи с общественностью как феномен управления информационными процессами современного общества. В чем состоит концептуальная основа связи с общественностью как одного из специализированных видов социальной коммуникации?

КОНТРОЛЬНАЯ РАБОТА № 13.

Феномен межкультурной коммуникации и его культурно-антропологические основы

Проанализируйте межкультурное взаимодействие как социальное и коммуникативное явление. Определите понятие «межкультурной коммуникации» и различные ее аспекты. Охарактеризуйте структуру межкультурной коммуникации и ее основные уровни. Проанализируйте отличительные особенности межкультурных контактов, проходящих на межличностном уровне коммуникации, в малых и больших группах.

Охарактеризуйте понятие и сущность культуры и определите их значение в исследовании межкультурных проблем. Проанализируйте внутреннюю структуру социокультурной

системы и ее основополагающие компоненты. Дайте характеристику процессов социализации и инкультурации и определите их значение в межкультурной коммуникации.

КОНТРОЛЬНАЯ РАБОТА № 14.

Основные формы межкультурной коммуникации: общая характеристика

Дайте характеристику основных важнейших форм межкультурной коммуникации. Проанализируйте ключевые стратегии аккультурации как одной из основных форм межкультурного взаимодействия и охарактеризуйте феномен «интеграции» в межкультурном взаимодействии.

Проанализируйте такие формы межкультурной коммуникации, как культурная экспансия и культурная диффузия, определив их отличительные особенности.

Охарактеризуйте культурный конфликт и как возможную форму межкультурной коммуникации. Определите отдельные виды культурных конфликтов и раскройте их отличительные особенности между различными этническими группами, а также на конфессиональной (религиозной) основе, между представителями различных субкультур, между традициями и новациями в культуре, между различными лингвокультурными сообществами.

Раскройте понятие «культурного шока» в освоении «чужой» культуры. Проанализируйте модель освоения качественно иной культуры М. Беннета, а также позитивные и негативные результаты взаимодействия различных культур.

КОНТРОЛЬНАЯ РАБОТА № 15.

Виды межкультурной коммуникации и проблемы восприятия межкультурных различий

Охарактеризуйте основные виды межкультурной коммуникации и определите культурно-специфические особенности их проявления. Проанализируйте вербальный, невербальный

ный, паравербальный уровни межкультурной коммуникации, определяя основные стили, формы, способы и культурно-специфические особенности их проявления.

Раскройте сущность и механизм процесса восприятия в межкультурной коммуникации. Дайте характеристику ключевых способов и типов восприятия межкультурных различий. Проанализируйте основные факторы, определяющие восприятие действительности в условиях межкультурного контакта: фактор первого впечатления, фактор превосходства, фактор привлекательности и фактор отношения к нам.

Дайте характеристику основных причин, которые вызывают реальные коммуникативные неудачи. Проанализируйте основные функции и значение стереотипов и предрассудков, а также собственно ошибок или коммуникативных неудач в восприятии межкультурных различий. Определите их понятия, сущность, механизмы формирования и основные типы проявления в межкультурной коммуникации.

КОНТРОЛЬНАЯ РАБОТА № 16.

Деловые культуры и межкультурная коммуникация

Раскройте особенности корпоративной культуры в контексте межкультурной коммуникации, определите национальные особенности делового общения и основные принципы деловых отношений в международной деловой практике.

Проанализируйте взаимосвязь традиций, обычаев, привычек, правовых норм и норм делового этикета. Ответьте на вопрос, как в межкультурной коммуникации могут проявляться морально-этическая и эстетическая стороны этикета. Как особенности делового этикета влияют на установление эффективных деловых контактов.

Охарактеризуйте проблемы менеджмента и его проявление в международном бизнесе. Попробуйте определить, какие культурно-специфические средства могут помочь в осуществлении коммуникативных команд в международном бизнесе.

Примерный перечень тем рефератов

1. Категории и понятия науки о социальных коммуникациях.
2. Социальная коммуникация как объект и предмет научного познания.
3. Коммуникационная деятельность и общение.
4. Развитие социально-коммуникационных институтов в России и за рубежом.
5. Социальная память: вопросы теории и практики.
6. Особенности развития устной коммуникации.
7. Документивная коммуникация как основа развития библиотечного дела.
8. Развитие электронной коммуникации в России.
9. Эволюция социальных коммуникаций.
10. Семиотика социальной коммуникации.
11. Концепции информации в современной науке.
12. Социальная информация в современном мире.
13. Движение социальной информации в обществе.
14. Коммуникационные потребности: формирование и развитие.
15. Коммуникационная деятельность в библиотечной системе в современной России.
16. Механизмы взаимодействия коммуникантов и реципиентов в библиотечной среде.
17. Личностные коммуникационные потребности.
18. Групповые социально-коммуникационные потребности.
19. Развитие общественных информационно-коммуникационных потребностей.
20. Современные социально-коммуникационные институты.
21. Либерально-демократические модели социально-коммуникационных институтов.
22. Тоталитарные модели социально-коммуникационных институтов.
23. Межкультурная коммуникация.

24. Деловая коммуникация в библиотечной деятельности.
25. Электронная коммуникация и Интернет в социальных коммуникациях.
26. Информационный процесс как сущностная основа социальных коммуникаций.
27. Семиотический подход к социальным коммуникациям.
28. Информационная культура.
29. Социально-психологические отношения и коммуникативная компетентность.
30. Этика в социальных коммуникациях.
31. Этические аспекты организации коммуникаций в библиотечной сети.
32. Реклама в средствах массовой коммуникации: формы сосуществования.
33. Анализ содержания современных СМИ.
34. Пресса как клиент профессиональных институтов по изучению общественного мнения.
35. Опрос общественного мнения как способ определения включенности индивида в информационные потоки.
36. Информационная инфраструктура России: современные очертания.
37. Гарантии плюрализма мнений в прессе в демократическом обществе.
38. Специфика функций СМК как следствие различных выразительных средств прессы (печати и электронной прессы).

Примерный перечень контрольных вопросов

1. Предмет, структура, задачи курса «Социальные коммуникации».
2. Категории и понятия науки о социальных коммуникациях.

3. Социальные коммуникации как система функционирования механизма взаимосвязей в современном обществе.
4. Движение социальной информации в обществе. Социальная память.
5. Механизмы взаимодействия коммуникантов и реципиентов в социальной среде.
6. Массовая коммуникация и ее отличия от межличностной и специальной коммуникации.
7. Ценности межличностной коммуникации.
8. Социальные функции массовой коммуникации.
9. Историческая ретроспектива возникновения и развития различных социальных коммуникаций.
10. Социально-коммуникационные институты.
11. Возникновение и развитие коммуникационных каналов и коммуникационных средств в обществе. Возможности коммуникационных каналов.
12. Роль документивного канала в движении смыслов в социальном времени и пространстве.
13. Библиотеки и информационные службы в системе коммуникационных институтов.
14. Теория свободы прессы и ее социальной ответственности.
15. Научные, прагматические, идеологические факторы развития социальной коммуникации.
16. Коммуникационная деятельность.
17. Фигура коммуникатора в коммуникативном процессе.
18. Характеристики коммуникатора как факторы эффективности коммуникации.
19. Эмпирические свидетельства важности доверия индивида к тексту коммуникатора как проявление престижа коммуникатора.
20. Информационный подход к социальным коммуникациям.
21. Содержание информации и методика его анализа.
22. Развитие теорий и индустрии информации.

23. Массовая коммуникация и проблемы информированности аудитории.
24. Печатные средства массовой информации и другие источники информирования населения.
25. Информационный процесс как сущностная основа социальных коммуникаций.
26. Семиотический подход к социальным коммуникациям.
27. Системность в социальных коммуникациях.
28. Деятельностный подход к социальным коммуникациям.
29. Коммуникации в системе связей с общественностью.
30. Политическая коммуникация в современном обществе: политическая деятельность партий и движений.
31. Способы вторжения рекламодателей в информационную политику современных средств массовой коммуникации.
32. Понятие об информационной культуре. Критерии оценки информационной культуры.
33. Общение в социальных коммуникациях.
34. Средства коммуникации.
35. Социально-психологические отношения и коммуникативная компетентность.
36. Эффекты и эффективность деятельности СМК.
37. Электронная коммуникация и Интернет в социальных коммуникациях.
38. Этика в социальных коммуникациях.
39. Интегрированные маркетинговые коммуникации.
40. Интегрированные рекламные коммуникации.
41. Интегрированные бренд-коммуникации.
42. Интегрированные PR-коммуникации.
43. Деловая коммуникация в библиотечной деятельности.
44. Политические коммуникации.
45. Офисные коммуникации.
46. Кризисные и конфликтные коммуникации.

Перечень вопросов и заданий для самостоятельной работы

ТЕМА № 1.

Технологические революции как фактор изменений в средствах и функциях массовой коммуникации

1. Расскажите, как новые технологии в целом влияют на развитие общественной жизни.
2. Почему возникают пессимистические настроения относительно неизбежного негативного воздействия новых информационно-коммуникационных технологий на культуру?
3. Что такое «культура реальной виртуальности»?
4. Покажите, как интеграция письменных, устных, аудиовизуальных способов коммуникации меняет характер коммуникации в современном мире.
5. Объясните, почему новые технологии влияют на демасификацию СМИ.

ТЕМА № 2.

Глобальная медиасреда. Глобализация СМИ

1. Найдите в книгах, статьях, Интернете данные, которые подтверждали бы глобальный характер современных средств массовой коммуникации.
2. Опишите, почему деятельность СМИ важна для налаживания диалога между культурами и цивилизациями.
3. Почему деятельность СМИ важна для осознания глобализации?
4. Почему в наши дни возрастает требование защиты национальных информационно-культурных ресурсов?
5. Неизбежна ли глобализация культуры под влиянием СМИ?

ТЕМА № 3.

Глобальная медиасреда и ее влияние на функционирование российских СМК

1. Существуют ли в России проблемы, связанные с формированием системы средств массовой коммуникации, адекватных требованиям времени? В чем они состоят?
2. Как влияет глобализация на традиционные внутрироссийские СМК?
3. Назовите, какие тенденции свойственны для развития современного российского радио, телевидения, прессы?
4. Расскажите о новых российских СМК.
5. Что такое «цифровой раскол» и чем он грозит в России?

ТЕМА № 4.

СМК и власть

1. Почему информация и коммуникация являются средствами политической власти?
2. По каким моделям может строиться взаимодействие власти и СМК?
3. Что такое «медиатизация» политики?
4. Что нужно понимать под свободой коммуникации в условиях демократии?
5. От кого должны быть независимы СМК?

ТЕМА № 5.

СМК как социальный институт и вид бизнеса

1. Перечислите социальные функции СМК в современном обществе.
2. Каковы модели развития СМК как социального института?
3. Что такое свободный рынок для СМК?
4. В чем состоят рыночные характеристики печатной прессы, вещательных станций?

5. Расскажите о том, в чем разница между интересами гражданина и интересами потребителя в области медиаполитики?

ТЕМА № 6.

Регуляция отношений субъектов СМК в современном обществе

1. Назовите основные субъекты медиаполитики.
2. Уменьшается или увеличивается роль государства в изготовлении, регуляции и передаче культуры на расстояние в глобальном мире?
3. Почему столь остро затронут в мире вопрос о рисках концентрации СМК?
4. Одинаковы ли подходы к регуляции СМК в разных странах?
5. Какую роль играет цензура как способ регуляции СМК?

ТЕМА № 7.

Этика и СМК

1. Опишите воспроизводственную функцию СМК по отношению к общей, корпоративной и индивидуальной морали.
2. Покажите противоречия между объективным и субъективным в журналистской деятельности.
3. Приведите примеры снижения уровня информационной культуры потребителей масс-медиа в переходном обществе.
4. Почему остро поставлен вопрос о роли СМК в освещении деятельности террористов?
5. Проанализируйте любую газету на предмет проявления в ее содержании этических норм журналистики.

ТЕМА № 8.

Аудитория массовой коммуникации

1. Каковы качественные характеристики аудитории?
2. Что означает владение аудиторией механизмами восприятия текста СМК?

3. Какие параметры определяют спрос на СМК?
4. Проинтервьюируйте себя, ответив на вопросы о своей самой любимой передаче, о том, почему вы смотрите те из них, которые вам не нравятся, приходится ли смотреть телепрограммы не по собственному выбору?
5. Кто изучает аудиторию СМК? Каковы традиционные направления ее изучения?

ТЕМА № 9.

Проблема эффектов и эффективность СМК

1. Расскажите об эффектах массовой коммуникации и их типологии.
2. Назовите причины неодинаковой эффективности использования отдельных каналов информации определенными группами населения.
3. Как оценить эффективность коммуникативных кампаний?
4. Что из себя представляют показатели эффективности деятельности СМК?
5. Какие изменения в изучение внесут цифровые технологии на телевидении и радио?

ТЕМА № 10.

Учет демографических и социокультурных особенностей аудитории теле- и радиовещания

1. Объясните практический смысл изучения такой тенденции, как формирование децентрализованных и диверсифицированных средств массовой коммуникации.
2. Почему социально-демографические характеристики аудитории являются своего рода фильтрами восприятия содержания массовой коммуникации?
3. Можно ли говорить о том, что в российских СМК существует соответствие подачи материалов интересам различных социально-демографических групп?

4. Проанализируйте факторы зрительского успеха известного кинофильма.

5. Можете ли вы указать на какие-либо этнические стереотипы в российских СМК?

ТЕМА № 11.

Гендерные стереотипы в СМК

1. Расскажите о своем понимании медиа с позиций производства и изменения культурных представлений о мужчинах и женщинах.

2. Что такое гендерные стереотипы?

3. Покажите положительные результаты функционирования гендерных стереотипов в СМК.

4. В чем состоят отрицательные результаты функционирования гендерных стереотипов в СМК?

5. Что вы можете предложить для гендерно-корректного изложения темы в средствах массовой коммуникации?

Итоговый контроль — зачет.

Методические рекомендации для преподавателей

Дисциплина «Социальные коммуникации» является связующим звеном в освоении теории и механизмов социальной коммуникации. Данный курс раскрывает стержневые проблемы управления социальными коммуникациями (между людьми и их различными сообществами). На основе изучения данной дисциплины слушатели придут к пониманию социальной коммуникации как движения смыслов в социальном пространстве и времени. Слушатель сможет оценить личные и общественные коммуникационные потребности, участвовать в коммуникационной деятельности и межличностном, межгрупповом общении, правильно применять те или иные коммуникационные каналы.

В учебном процессе используются инновационные методы обучения.

Методические рекомендации для слушателей

Указывается рекомендуемый режим и характер различных видов работы, в том числе самостоятельной работы. Приводится перечень вопросов и заданий для самостоятельной работы.

Изучение дисциплины следует начать с поиска и подбора литературы. Для качественного и всестороннего изучения потребуются как энциклопедические словари, статистические справочники, так и периодические источники — статьи в журналах, опубликованные материалы ежегодных конференций по проблемам теории коммуникации.

Перед каждым плановым занятием слушатель должен ознакомиться посредством учебников и других источников с материалами по тем теоретическим направлениям, которым будет посвящена лекция. Знакомство с материалом считается завершенным, когда обучаемым выделена совокупность смысловых структурных элементов материала, состоящая из:

- списка тезисов смысловых единиц анализируемого текста;
- перечня основных понятий рассмотренного смыслового блока;
- перечня неясных вопросов, которые требуют пояснения преподавателя.

Из всей совокупности неясных вопросов каждого слушателя составляется общий на всю группу ранжированный ряд проблемных мест в учебном материале. На основании данной проблемной информации преподаватель и организует порядок и глубину изложения материала на лекции. И именно данный учебный материал предстоит освоить слушателям на учебных занятиях.

Особое внимание необходимо обратить на освоение понятийного аппарата предметной области дисциплины. Понятия — форма существования всякой науки, поэтому для адекватного общения с преподавателем, становления обучаемого как специалиста особенно важно выстроить и использовать более широкий и полный спектр понятийных отношений, характеризующий теоретическую и методологическую подготовку обучаемого в рамках учебной программы. Прежде всего при изучении дисциплины «Социальные коммуникации» следует обратить внимание на изучение и освоение таких понятий, как «коммуникация» и «информация», «коммуникативная личность», «коммуникатор» и «коммуникант», «модели коммуникации», «средства массовой информации» и «средства массовой коммуникации», «массовая коммуникация», «дискурс», «связи с общественностью», «коммуникативные и коммуникационные процессы», «межличностная коммуникация» и т. п. Важно отчетливо осознавать, какие из понятий задействованы в том или ином конкретном рассуждении для объяснения и раскрытия проблемных вопросов при ответе.

Грамотный понятийный аппарат помогает слушателю включить отдельные темы вышеназванной учебной дисциплины в общий контекст теории коммуникации и своей социологической подготовки. Формируя понятийный аппарат, слушатель уже на начальном этапе освоения дисциплины получает возможность уяснить место конкретной изучаемой темы или проблемы в рамках предметного поля.

Помимо понятийного аппарата должен происходить рост освоения теоретико-методологических основ дисциплины. Теория и методология выполняют свои важнейшие функции: теория позволяет использовать накопленные знания, приобщить собственные усилия по освоению коммуникативной проблематики к работе всего научного сообщества. Методология дает возможность выбрать эффективный и перспективный путь дальнейшего обогащения знаниями, добываемыми как в рамках теоретических, так и эмпирических исследований. Теория и методология в своей основе являются ключом

к систематизации научного знания с той лишь разницей, что в теории делается акцент на аккумуляцию результатов познания, а в методологии — на принципы и пути получения нового достоверного знания по актуальным проблемам. В целом в сложном комплексе теоретико-методологических основ теории коммуникаций следует опираться на признанные научные школы, направления и концепции, которые имеют социологическую или социально-психологическую природу. Поэтому обучаемые должны познакомиться с основами и сущностью фундаментальных теоретических разработок и концепций, объясняющих природу, принципы, роль и значение, функциональную базу множества коммуникационных процессов, в том числе и массовой коммуникации, пронизывающих современное общество.

Важную часть освоения теоретико-методологических основ данной учебной дисциплины составляет изучение социологических истоков становления и развития теории коммуникации, где предполагается анализ и использование различных социологических и социально-психологических направлений, концепций и проблем коммуникации. Для правильного самостоятельного освоения такого сложного теоретического материала обучаемые должны познакомиться с первоисточниками, т. е. теми научными работами, которые были созданы авторами данных научных направлений и концепций, со справочной и энциклопедической литературой. Обучаемые должны хорошо ориентироваться в данном массиве информации. Они должны знать:

- исторический период создания данного направления или концепции;
- авторов этих теоретических направлений и теории;
- природу и генезис их формирования и развития;
- основные теоретические идеи и положения, которые выдвигаются и развиваются в контексте каждого из теоретических направлений и концепций, лежащих в основе общей теории коммуникации.

Кроме стандартной формы отношений с профессорско-преподавательским составом во время занятий, слушатель дол-

жен владеть другими формами педагогических отношений — в первую очередь это взаимодействие с преподавателями во время индивидуальных консультаций и т. п.

Важной составляющей работы со слушателями является организация их самостоятельной работы. Возможны различные способы ее осуществления, но наиболее существенной и эффективной можно считать написание слушателями целого ряда контрольных и зачетных материалов, которые предполагают самостоятельную проработку всего учебного материала по курсу. При написании контрольных работ слушателю необходимо совместно с преподавателем определить их тематику и ответить на главные вопросы, определяющие основное содержание контрольной работы. Для ответов на поставленные вопросы и освещение содержания контрольных работ слушатель должен пользоваться литературой, которая определена в программе данного учебного курса. Примерная тематика контрольных работ для слушателей прилагается.

Учебно-методическое обеспечение дисциплины

ЛИТЕРАТУРА

Основная

Андреева Г.М. Социальная психология : учеб. для студентов вузов / Г.М. Андреева. — 5-е изд. — М.: Аспект пресс, 2010. — 363 с.

Бориснев С.В. Социология коммуникации : учеб. пособие для студентов вузов / С.В. Бориснев. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2003. — 230 с.

Горелов И.Н. Невербальные компоненты коммуникации / И.Н. Горелов. — 4-е изд. — М.: URSS, 2009. — 104 с.

Грушин Б.А. Эффективность массовой информации и пропаганды: понятие и проблемы измерения / Б.А. Грушин. — М.: Знание, 1979. — 64 с.

Дейк Т.А. Ван. Язык. Познание. Коммуникация / Т.А. Ван Дейк. — М.: Прогресс, 1989. — 312 с.

Зарецкая Е.Н. Риторика. Теория и практика речевой коммуникации / Е.Н. Зарецкая. — 4-е изд. — М.: Дело, 2002. — 477 с.

Зверинцев А.Б. Коммуникационный менеджмент / А. Зверинцев. — СПб.: Союз, 1997. — 287 с.

Землянова Л.М. Современная американская коммуникативистика / Л.М. Землянова. — М.: Изд-во МГУ, 1995. — 270 с.

Карпов А.В. Психология менеджмента: учеб. пособие / А.В. Карпов. М.: Гардарики, 2007. — 502 с.

Конецкая В.П. Социология коммуникации / В.П. Конецкая. — М.: Междунар. ун-т бизнеса и упр., 1997. — 302 с.

Королько В.Г. Основы публичных речей / Валентин Королько. — М.: Рефл-бук; Киев: Ваклер, 2000. — 526 с.

Логика. Логические основы общения : учеб. пособие для вузов / В.Ф. Берков и др. — М.: Наука, 1994. — 318 с.

Львов М.Р. Основы теории речи : учеб. пособие для студентов пед. вузов. — М.: Академия, 2000. — 247 с.

Маркетинг: учебник / Н.Д. Эриашвили [и др.]. — 3-е изд. — М.: Юнити, 2003. — 631 с.

Медведева Е.В. Рекламная коммуникация / Е.В. Медведева. — 3-е изд. — М.: URSS, 2008. — 278 с.

Менеджмент : учебник для студентов вузов / А.В. Игнатъева [и др.] ; под ред. М.М. Максимцова, М.А. Комарова. — 3-е изд. — М. : ЮНИТИ, 2009. — 320 с.

Моисеев В.А. Публичных речей: теория и практика / Вячеслав Моисеев. — 2-е изд. — М.: ВИРА-Р : ОМЕГА-Л., 2001. — 375 с.

Мокшанцев Р.И. Психология рекламы : учеб. пособие для студентов вузов / Р.И. Мокшанцев. — М.: ИНФРА-М ; Новосибирск : Сибирское соглашение, 2009. — 229 с.

Основы теории коммуникации : учеб. пособие для студентов / М.А. Василик [и др.]. — М.: Гардарики, 2007. — 615 с.

Панфилова А.П. Деловая коммуникация в профессиональной деятельности : учеб. пособие / А.П. Панфилова. — 3-е изд. — СПб.: об-во «Знание» : ИВЭСП, 2005. — 494 с.

Почепцов Г.Г. Теория и практика коммуникации: от речей президентов до переговоров с террористами / Георгий Почепцов. — М.: Центр, 1998. — 349 с.

Проблемы эффективности речевой коммуникации : сб. науч.-аналит. обзоров / ред.-сост.: Безменова Н.А., Лузина Л.Г. — М. : ИНИОН, 1989. — 220 с.

Семиотика: антология / сост. Ю.С. Степанов. — 2-е изд. — М.: Академ-Проект : Деловая кн., 2001. — 702 с.

Соколов А.В. Общая теория социальной коммуникации : учеб. пособие / А.В. Соколов. — СПб. : изд-во В.А. Михайлова, 2002. — 460 с.

Терин В.П. Массовая коммуникация / В.П. Терин. — М.: Изд-во Ин-та социологии, 1999. — 169 с.

Шарков Ф.И. Интегрированные PR-коммуникации / Ф.И. Шарков. — М.: РИП-Холдинг, 2004. — 271 с.

Шарков Ф.И. Интегрированные бренд-коммуникации / Ф.И. Шарков. — М.: РИП-Холдинг, 2004. — 243 с.

Шарков Ф.И. Интегрированные рекламные коммуникации: учебник / Ф.И. Шарков. — М.: РИП-Холдинг, 2004. — 269 с.

Шарков Ф.И. Коммуникология: основы теории коммуникации: учебник для бакалавров / Ф.И. Шарков. — 2-е изд. — М.: Дашков и К°, 2009. — 591 с.

Шарков Ф.И. Коммуникология : энцикл. словарь-справочник / Ф.И. Шарков. — М.: Дашков и Ко, 2009. — 766 с.

Шарков Ф.И. Основы теории коммуникации : учебник для студ. вузов / Ф.И. Шарков. — М.: Социал. отношения, 2004. — 245 с.

Шарков Ф.И. Теория коммуникации : (базовый курс) : учебник для студентов вузов / Ф.И. Шарков. — М.: РИП-Холдинг, 2005. — 247 с.

Шарков Ф.И. Коммуникология: социология массовой коммуникации : учеб. пособие для вузов / Ф.И. Шарков, А.А. Родионов. — М.: Дашков и К°, 2010. — 318 с.

Дополнительная

Акофф Р. О целеустремленных системах / Р. Акофф, Ф. Эмери. — М.: Сов. радио, 1974. — 271 с.

Журналистика и социология : учеб. пособие для студентов вузов / под ред. И.Д. Фомичевой. — М.: изд-во МГУ, 1995. — 199 с.

Межкультурная коммуникация / [В.Г. Зинченко и др.]. — Н. Новгород : ДЕКОМ, 2001. — 316 с.

Персикова Т.Н. Межкультурная коммуникация и корпоративная культура : учеб. пособие для студентов вузов / Т.Н. Персикова. — М.: Логос, 2008. — 224 с.

Почепцов Г.Г. Коммуникативные технологии XX в. / Георгий Почепцов. — М.: Рефл-бук ; Киев : Ваклер, 2001. — 349 с.

Почепцов Г.Г. Теория коммуникации / Георгий Почепцов. — М.: Рефл-бук ; Киев : Ваклер, 2006. — 651 с.

Социология и пресса в период парламентских и президентских выборов 1995 и 1996 годов: сб. Фонда защиты гласности. — М.: Права человека, 1996. — 150 с.

Федотова Л.Н. Массовая информация: стратегия производства и тактика потребления / Л.Н. Федотова. — М.: изд-во МГУ, 1996. — 231 с.

Федотова Л.Н. Социология рекламной деятельности : учебник для студентов вузов / Л.Н. Федотова. — М.: Гардарики, 2002. — 271 с.

Фомичева И.Д. Социология СМИ : учеб. пособие для вузов / И.Д. Фомичева. — М.: Аспект Пресс, 2007. — 334 с.

Тест по дисциплине «Социальная коммуникация»

1. Социальное управление в широком смысле означает:

А. Измерение социальных характеристик и фиксация результатов эмпирического исследования и выражение их в понятиях социального управления.

Б. Управление всеми общественными процессами.

В. Разработку формализованных моделей, ориентированных на выбор средств формального описания, релевантных исследуемым аспектам социальных систем.

Г. Широкий выбор средств, обеспечивающих взаимодействие составляющих элементов социальной системы посредством социального регулирования.

2. Как проявляют себя закономерности функционирования и развития управленческих отношений:

А. Только через субъект управления, поскольку носителем интересов, обусловленных многообразием состояния и положения участников управленческого процесса, являются субъекты управления.

Б. В виде устойчивой взаимосвязи общих и частных интересов участников управленческой деятельности. Главные связи, лежащие в основе проявления закономерностей социального управления, формируются исходя из характера воздействия субъекта на объект управления.

В. Согласование особых личных интересов субъектов управленческой деятельности формирует закономерности функционирования и развития управленческих отношений.

Г. К таким закономерностям относятся: взаимное воздействие особых интересов субъектов управления; единство и независимость этих интересов; социальная направленность ответственности субъекта (ов) управления.

3. Что такое принципы социального управления?

А. Важнейшее звено механизма социального управления, исходное положение теории социального управления, синтезирующие в себе социальные законы, закономерности и конкретные подходы к их реализации, направляют формирование необходимых качеств управленцев.

Б. Принципы социального управления — второстепенные требования, которыми не всегда руководствуются элементы управляемой социальной системы.

В. Положения, разрабатываемые в соответствии с теорией и технологией социального управления, применяемые в кризисных управленческих ситуациях.

Г. Положения социального управления в обществе или конкретных сообществах, обусловленные закономерностями, проявляющимися на частном уровне.

4. Какие из перечисленных ниже вариантов наиболее полно раскрывают весь комплекс основных принципов социального управления (кроме организационных):

А. Государственного управления и самоуправления, воздействия управленческих органов на социальные процессы, связи и отношения.

Б. Научной обоснованности, демократизма и централизма, общественной целесообразности, объективности, комплексности, системности, социальной ориентации управления, эффективности, саморегулирования, состязательности, конкуренции, стимулирования.

В. Упорядочения системы социальных отношений, комплексного управления социальными процессами на основе исходных правил, норм деятельности.

Г. Интеграция отдельных видов управленческой деятельности на различных уровнях системы управления, взаимной согласованности элементов управления и координация усилий для достижения общих целей.

5. Выделите наиболее важные организационные принципы, применяемые в практике социального управления:

А. Принципы основного звена, разделения труда, иерархичности и обратной связи, проблемной ориентации, целевой направленности, адресности, гласности.

Б. Организация управленческого процесса, принципы тесной взаимосвязи и неразрывного единства.

В. Организационные принципы, построенные различными авторами на основе собственной классификации принципов социального управления.

Г. Общая классификация, приемлемая для всех типов и видов социальных систем и социального управления.

6. Простейшую (базовую) модель социального управления можно представить в виде:

А. Модели инновационного управления, включающего в себя следующие составляющие: рационалистическую, инновационную, стратегическую, гуманитарную, информационно-аналитическую, антикризисную, управления персоналом.

Б. Абстракции реального явления, математического описания конкретных социальных явлений.

В. Конкретной схемы взаимосвязей субъекта и объекта управления, одновременно взаимодействующих с внешней общественной и природной средой и охваченных прямой и обратной связью.

Г. Совокупности связей в управленческой системе, границ или точек управленческого воздействия.

7. Наиболее общая схема моделирования в системе социального управления включает в себя следующие этапы:

А. Построение конструкции модели; умозаключения по аналогии; конструирование научных гипотез; практическая проверка полученной с помощью модели информации и использование ее для построения обобщающей теории.

Б. Последовательное описание структурно-функциональных, причинно-следственных и генетических связей между компонентами системы.

В. Вычленение рационалистической, инновационной, стратегической, гуманитарной, информационно-аналитической, антикризисной, составляющих социальной системы.

Г. Разработка формализованных моделей, выбор средств формального описания.

8. В технологии социального управления модели используются для:

А. Решения задач вначале в самом общем виде, без какой-либо детализации, а в дальнейшем — решения простейших задач в более конкретном виде.

Б. Изучения объекта социального управления с целью последующего конструирования принципов и способов управленческого воздействия на объект и в качестве конструкции различных вариантов управления социальным объектом.

В. Обязательного качественного описания социальной системы, не подвергая ее формализации.

Г. Оценки состояния субъекта управления, подготовки прогноза и на этой основе принятия какого-либо решения.

9. Ключевыми проблемами при применении метода социального моделирования в социологии управления являются:

А. Проблема создания базовых концептуальных моделей социальных явлений и процессов, разработка формализованных моделей, ориентированных на выбор средств формального описания, релевантных исследуемым аспектам социальных систем.

Б. Рационализация способов управления объектами, изучение и применение моделей.

В. Способы саморегуляции системы, обеспечивающей взаимодействие составляющих ее элементов посредством нормативного (включая правовые механизмы) регулирования.

Г. Воспроизведение свойств, связей, тенденций исследуемых систем и процессов в целях их систематизации, оценки состояния, подготовки прогноза.

10. Социальное планирование это:

А. Обеспечение строгости, обоснованности решения, базирующегося на всестороннем рассмотрении проблемы, учете реальной ситуации и максимально точном создании системы показателей, отображающих реальный социальный объект.

Б. Функция социального управления, включающая в себя определение целей, показателей сроков и темпов развития социальных процессов, а также основных средств их претворения в жизнь.

В. Представление в виде конкретной схемы взаимосвязей объекта и субъекта управления.

Г. Создание базовых концептуальных моделей социальных явлений и процессов.

11. Объектами социального планирования в рамках социального управления выступают:

А. Субъекты социального управления.

Б. Объекты, находящиеся в кризисном состоянии.

В. Образцово-показательные модели социальных систем.

Г. Те социальные объекты, по отношению к которым совершаются социально-управленческие действия.

12. Социальное проектирование это:

А. Одна из форм выработки и принятия решения, важный элемент контроля.

Б. Обязательно многовариантное отражение будущей реальности с указанием некоторых конкретных сроков развития событий.

В. Создание прообраза (прототипа) предполагаемого для изучения объекта путем разработки новых социальных проблем.

Г. Выражение в конкретной форме прогностической функции управления.

13. Социальное нормирование позволяет:

А. Упорядочить социальные отношения между социальными группами, коллективами и отдельными работниками путем введения различных социальных норм.

Б. Привести социальные нормы в соответствие с ожиданиями представителей наиболее уязвимых слоев населения.

В. Нормировать физическую нагрузку на работников для предостережения их от чрезмерных перегрузок.

Г. Резко увеличить продолжительность жизни населения.

14. Разработка и реализация конкретных мер по решению социальных проблем содержит:

А. Целенаправленное управляющее воздействие, включающее целеполагание и целеосуществление.

Б. Лидерство, шкалу престижа, механизмы неформального группообразования, социальные нормы.

В. Ядро механизма управления, социальную самоорганизацию, и организационный порядок.

Г. Должностные решения, административный распорядок и др.

15. К субъектам социального управления относятся:

А. Лидеры, социальные организации, осуществляющие целенаправленное воздействие на объект управления, а также социальные процессы и другие общественные явления, которые оказывают систематическое, последовательное воздействие на социальный объект и приводят к его изменению.

Б. Внешняя по отношению к объекту общественная среда (экономическая, политическая, культурно-духовная и социальная составляющие).

В. Социальные процессы и другие социальные субъекты, которые оказывают систематическое, последовательное воздействие на социальный объект и приводят к его изменению.

Г. Высшие органы управления.

16. Механизм социального контроля включает в себя:

А. Проверку правильности выполнения поручений, приказов.

Б. Наблюдения за процессом выполнения заданий.

В. Наказание за плохое исполнение поручений или неправильные действия.

Г. Механизм социального контроля, содержащий социальные нормы, социальные санкции, общественную оценку, общественное мнение, а также воздействие традиций (национальных, семейных и т. д.), ценностных ориентаций и др.

17. Социальные нормы это:

А. Регулятор эмоциональных отношений, воздействующий на людей.

Б. Запретительный механизм, работающий через деятельность судебной власти, наказывающей граждан за недопустимые варианты поведения.

В. Принятые социальные стандарты деятельности, формирующие отношения, действие и поведение людей в соответствии с определенными ценностями, присущими данному обществу, общности, группе.

Г. Разрешительный механизм, предоставляющий гражданам определенные права по согласованию с законодательными органами власти.

18. Социальные санкции:

А. Средство социального контроля за действиями в рамках требований социальных ролей, стимулирующее людей соблюдать нормы.

Б. Средства поощрения и судебного наказания.

В. Правовые санкции, применяемые за нарушение экономических, моральных, религиозных и других норм.

Г. Поощрения за действия, желательные определенной корпоративной системе.

19. Социологическая диагностика в системе социального управления играет следующую роль:

А. Информационного обеспечения управления соответствующими социальными объектами на основе теоретических идей и исследовательских методов, выработанных социологической наукой, технологии комплексного анализа состояния социальных объектов и социальных аспектов других общественных систем.

Б. Производит социологический анализ и оценку состояния субъекта социального управления.

В. Всесторонне определяет свойства наиболее легко поддающегося управлению объекта для последующего привлечения его на свою сторону.

Г. Комплексно выявляет проблемы, требующие привлечения дополнительных ресурсов.

20. Какие процедуры применяются на стадии мониторинга управляемой системы:

А. Комплекс социологических, психологических, статистических, математических и других методов.

Б. Организуется непрерывный процесс поиска, группировки и комплексной обработки индикаторов с целью оперативной оценки и прогнозирования возможных состояний управляемого объекта и его уровней, выработки корректирующих-упреждающих мер управленческого воздействия.

В. Измерительные (измерение социальных характеристик) и описательные (фиксация результатов эмпирического исследования и выражение их в понятиях социального управления) функции.

Г. Объяснительные (раскрытие сущности управляемых объектов и субъектов управления), критериальные (проверка истинности гипотез и положений теории), прогнозные (оценка будущего состояния управляемой системы) функции.

21. Что представляют собой индикаторы, характеризующие состояние управляемого социального объекта?

А. Индикаторы управляемого объекта — это внешние по отношению к объекту социальные явления.

Б. Отношение замеренных позитивных, нейтральных или отрицательных характеристик объекта к аналогичным номинальным характеристикам.

В. Индикаторы представляют собой непосредственное отображение тех или иных свойств определенного объекта — явления, процесса, системы и т. д.

Г. Количественная мера измерения каких-либо значений объекта.

22. Что является главным условием выбора индикаторов для характеристики управляемого объекта:

А. Наличие комплекса индикаторов, репрезентативно отражающих свойства объекта в данном управленческом цикле.

Б. Описание свойств объекта, представляющих множество связанных между собой элементов, использующихся для создания специфических конструкций, образованных путем комбинации желательных характеристик объекта.

В. Наличие устойчивых связей между признаками, которые отражают индикатор, и той характеристикой, которую исследователь собирается измерить.

Г. В моделируемой исследовательской системе нужно сформировать систему показателей, которые могут информационно представить соответствующие индикаторы, адекватно отражающие свойства субъекта управления.

23. На стадии выработки системы управленческих действий, процедуры исполнения управленческих актов реализуется следующий алгоритм действий:

А. 1) Определение объекта наблюдения. 2) Обследование выделенного объекта. 3) Формирование системы индикаторов, по которым будет вестись сбор информации, и создание модели информационного анализа объекта наблюдения. 4) Определение методики измерений. 5) Выявление состояния объекта наблюдения. 6) Прогнозирование изменений состояния объекта наблюдения. 7) Преобразование информации в удобную для использования форму.

Б. 1) Прогнозирование изменений состояния объекта наблюдения. 2) Преобразование информации в удобную для использования форму. 3) Обследование выделенного объекта. 4) Формирование системы индикаторов, по которым будет вестись сбор информации, и создание модели информационного анализа объекта наблюдения. 5) Определение методики измерений. 6) Выявление состояния объекта наблюдения. 7) Определение объекта наблюдения.

В. 1) Определение объекта наблюдения. 2) Обследование выделенного объекта. 3) Формирование системы индикаторов, по которым будет вестись сбор информации, и создание модели информационного анализа объекта наблюдения. 4) Прогнозирование изменений состояния объекта наблюдения. 5) Преобразование информации в удобную для использования форму. 6) Определение методики измерений. 7) Выявление состояния объекта наблюдения.

Г. 1) Определение объекта наблюдения. 2) Обследование выделенного объекта. 3) Прогнозирование изменений состояния объекта наблюдения. 4) Преобразование информации в удобную для использования форму. 5) Определение методики измерений. 6) Выявление состояния объекта наблюдения. 7) Формирование системы индикаторов, по которым будет вестись сбор информации, и создание модели информационного анализа объекта наблюдения.

24. Что производится на стадии включения механизма обратной связи, корректировки управленческих решений:

А. Синтез всех факторов и системы информации о состоянии управляемого объекта и отношений субъекта управления к объекту.

Б. В канал обратной связи включается дополнительный элемент для того, чтобы проверить реакцию других субъектов управления на управленческое действие.

В. Уточняется действие, осуществляемое субъектом управления, в виде системы информации о состоянии управленческих команд, которые необходимо применять в соответствии с заданной программой.

Г. Анализ информации, полученной по каналу обратной связи, и на этой основе вносятся коррективы в управленческий процесс.