

**Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего профессионального образования
«Амурский государственный университет»**

Кафедра социологии

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИЙ КОМПЛЕКС ДИСЦИПЛИНЫ

«Социология коммуникации»

Основной образовательной программы по специальности 040201.65 «Социология»

Благовещенск 2012

УМКД разработан к. филос. н., доцентом кафедры социологии Магницким Ю.Г.

Рассмотрен и рекомендован на заседании кафедры социологии

Протокол заседания кафедры от «_____» _____ 2012г. № _____

Зав. кафедрой _____

УТВЕРЖДЕН

Протокол заседания УМСС по специальности 040201.65 «Социология»

От «_____» _____ 2012г. № _____

Председатель УМСС по специальности «Социология» _____

1. РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель дисциплины: ознакомление студентов с концептуальными основами социологии коммуникации (СК) как современной комплексной науки об информационных системах и масс-медиа факторах; формирование информационно-коммуникативного мировоззрения, на основе знания особенностей сложных масс-медиа систем; воспитание навыков информационной культуры.

Задачи дисциплины:

- Изучение основных законов и концепций СК, основных свойств и особенностей информационных систем, средообразующих функций, структуры и эволюции массовой коммуникации и роли в ней человека;
- Формирование представлений о принципах функционирования и развития медиасистем, о взаимодействии человека с информационно-коммуникативной средой, о причинах кризисных ситуаций в обществе и о возможностях их преодоления с помощью масс-медиа.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП ВПО

Данная дисциплина относится к циклу общепрофессиональных дисциплин, является дисциплиной федерального компонента ОПД.Ф.10. Данная дисциплина тесно взаимодействует и является взаимозависимой с различными разделами и отраслями философии, социологии, менеджмента, политологии, конфликтологии, психологии и социальной психологии. Освоение дисциплины необходимо для последующего изучения таких курсов как социология маркетинговых коммуникаций, социология рекламы, маркетинга, связи с общественностью.

Минимум содержания дисциплины «Социология коммуникации»
в соответствии с ГОС ВПО

Социология коммуникации как специальная отрасль социологии; предмет и аппарат социологии коммуникации (коммуникативный акт, информация, речевая деятельность, социокоммуникативная система); социологические доминанты коммуникации; системность коммуникации (естественные и искусственные коммуникативные системы); уровни организации коммуникации (семиотический, лингвистический, паралингвистический, металингвистический, синтетический); коммуникативная личность; типы коммуникации (межличностная, межгрупповая, массовая коммуникация); институты коммуникации; методы изучения коммуникативных процессов.

3. ТРЕБОВАНИЯ К УРОВНЮ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

В результате освоения дисциплины обучающийся должен демонстрировать следующие результаты образования:

- знать основы социологии коммуникации как современной науки об информационных системах, особенности сложных масс-медиа систем, свойства и особенности информационных систем;
- уметь использовать методы социологического исследования социальной, массовой коммуникации; исследовать функции социальной и массовой коммуникации;
- владеть методами изучения коммуникативных процессов, владеть навыками информационной культуры, владеть социологическими методами исследования коммуникации.

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоемкость дисциплины составляет 100 часов.

№ п/п	Раздел дисциплины	Семестр	Неделя	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)	Формы текущего контроля успеваемости
-------	-------------------	---------	--------	--	--------------------------------------

				Лекции	Практические занятия	Лабораторные занятия	Самостоятельная работа	
1	Социология коммуникации как специальная отрасль социологии	7		4	4		6	Проверка конспектов, беседа по вопросам темы
2	Социологические доминанты коммуникации	7		4	4		6	Устный опрос
3	Уровни организации коммуникации	7		4	4		6	Защита рефератов
4	Коммуникативная личность	7		4	4		6	Тестирование
5	Межличностная, групповая и организационная коммуникация	7		4	4		6	Контрольная работа
6	Институты коммуникации	7		4	4		6	Выполнение индивидуальных заданий
7	Методология и методы изучения коммуникативных процессов	7		4	4		8	Дискуссия, выполнение индивидуальных заданий
	Итого			28	28		44	

5. СОДЕРЖАНИЕ РАЗДЕЛОВ И ТЕМ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1 Лекции

Тема 1. Социология коммуникации как специальная отрасль социологии

Общение. Коммуникация. Речевая деятельность. Их особенности. Базовые составляющие социокоммуникации:

А) социальные структуры общества

Б) коммуникативные системы

В) каналы, уровни и средства коммуникации.

Предпосылки и объект-предметные характеристики изучения социальной коммуникации в социологической науке. Особенности и параметры социологии коммуникации.

Онтологический; гносеологический и методологический аспекты социальной коммуникации. Конструктивные методологические принципы и социальная коммуникация. Теоретические модели социокоммуникации. Эмпирико-прикладные модели социокоммуникации. Модели социокоммуникации в массовой культуре и модели массовой коммуникации. Психологические войны и пропагандистские кампании.

Истоки исследований социокоммуникации, их развитие и интенсификация на рубеже XX-XXI столетия.

Тема 2. Социологические доминанты коммуникации.

Стратификационная, ситуативная, оценочная и функциональная группы доминант коммуникации. Типы коммуникации в аспекте доминантно» коммуникативных групп: а) коммуникативное пространство; б) визуальная коммуникация; в) вербальная коммуникация; г) перформансная коммуникация; д) мифологическая коммуникация; е) художественная коммуникация; ж) взаимодействие мифологических, политических, литературных, культурных сообщений в рамках коммуникативного пространства. Социальная роль типов коммуникации и ее основные признаки (параметры).

Социальная коммуникация как система.

Система как понятие и категория. Классификация. Таксономия. Стратификация. Типология. Понятие системности в теории систем. Признаки системности: а) объективность; б) структура; в) целостность. Система и структура. Социальная система.

Система языка и коммуникативные системы. Определители целостности системы. Общие и отличительные черты языка (как вербального средства общения) и коммуникации (как процесса взаимодействия людей при помощи различных коммуникативных средств).

Виды коммуникативных систем. Языки программирования. Информационные языки. Общие и отличительные черты естественных и искусственных языков.

Уровни коммуникации. Критерии уровней коммуникации.

Тема 3. Уровни организации коммуникации

Семиотический уровень коммуникации: типология знаков как единиц семиотического уровня коммуникации; социальная обусловленность знаков как единиц семиотического уровня; кумулятивный характер коммуникативных систем семиотического уровня.

Семиотика как наука. Основные значения термина "семиотика". Символический интеракционизм и роль, возможности социологии в изучении социальных проблем в их символическом, знаковом воплощении. Синтактика, семантика, прагматика.

Лингвистический и металингвистический уровни коммуникации.

Лингвистический (языковой) уровень коммуникации и его коммуникативные единицы. Основные и частные функции слова как доминантной единицы языка; способы актуализации коммуникативной функции слова; лингвистика, психолингвистика и социолингвистика в аспекте исследования слова; речевой акт: намеренность, целеустремленность, конвенциональность; главные черты высказывания; дискурс в аспекте речевого акта; трехчастная типология дискурсов и свойства, модели школы и компоненты дискурса.

Металингвистический (метаязыковой) уровень коммуникации и его коммуникативные единицы. Метаязык как понятие и метаязыки различных наук; метаязык и наука; особенности метаязыковой коммуникации; типология научного дискурса; жанры и способы представления научного дискурса; тенденция к смешению функциональных стилей метаязыковых систем; особенности изучения метаязыкового коммуникативного уровня.

Взаимосвязь лингвистического и металингвистического уровней в социологии коммуникации.

Паралингвистический уровень коммуникации.

Словесные знаки как знаки лингвистические. Паралингвистические средства коммуникации как невербальные коммуникативные средства: жесты, мимика, телодвижения, свойства голоса, тон, пауза и т.д. Термин "паралингвистика". Паралингвистика и кинесика (кинестические средства коммуникации). Кинемы как единицы кинесики. Мимические, графические средства коммуникации и паралингвистика.

Природа невербальной коммуникации (НВК). Взаимодействие вербальных и невербальных средств коммуникации. Социальная дифференциация и варьирование. Коммуникативные единицы НВК и их типология.

Синтетический уровень коммуникации.

Природа синтетического уровня и виды коммуникативных систем. Визуальный канал коммуникации и изобразительное искусство. Танец и музыка как синтетический (визуально-аудитивный) уровень коммуникации. Новые аудитивные и визуальные средства воздействия на аудиторию на синтетическом уровне. Особенности формирования коммуникативной системы синтетического уровня. Приемы установления двусторонней коммуникации, обратной связи. Коммуникативная система кино/видео и синтетическая природа кино/видеоискусства, телеискусства. Кино/видео и изобразительное искусство. Два подхода к пониманию кино/видеокоммуникации: а) лингвистический; б) семиологический. Семиология как наука о знаках. Единицы и переменные кино/видеокоммуникации.

Общие черты и различия коммуникативных систем синтетического уровня. Социальная значимость синтетического уровня и социологические аспекты его изучения. Сравнение уровней коммуникации в аспектах их характерных особенностей и информационно-коммуникативного значения.

Тема 4. Коммуникативная личность

Человек - индивид - личность. Понятия: а) личности; б) социализации; в) социальной установки. Социология коммуникации и homo loquens ("человек говорящий"). Личность как философская категория. Различные подходы к пониманию личности, коммуникативной личности (Ж. Пиаже, Л. Колберг, З. Фрейд, Э. Эриксон, Л. Выготский, Дж. Парсонс, А. Леонтьев).

Языковая личность, ее сущность и "особенности. Трехуровневая модель характеристик языковой личности: а) вербально семантической; б) когнитивной; в) прагматической. Индивидуальная и коллективная языковая личность.

Коммуникативная личность, ее сущностное содержание и характерные черты. Параметры коммуникативной личности и их особенности: а) мотивационный; б) когнитивный; в) функциональный. Оценка коммуникативной личности как социального феномена. Понятие коммуникабельности. Харизма и харизматическая личность. Основные типы коммуникативной личности: а) доминантный; б) реагирующий. Самосовершенствование коммуникативной личности.

Тема 5. Межличностная, групповая и организационная коммуникация

Типы коммуникации: а) по социально обусловленной масштабности общения; б) на функциональной основе; в) по способу установления контакта; г) по временному фактору; д) по частным социальным параметрам - демографическим признакам; е) по уровневому представлению; ж) по системному представлению.

Сущность и функции, структура и направления, место в коммуникативной системе и значение коммуникации: а) межличностной; б) групповой; в) организованной. Условия и требования, обеспечивающие эффективность коммуникации: а) межличностной; б) групповой; в) организационной.

Массовая коммуникация: определение, структура, значение. Массовая коммуникация как: а) социально обусловленное явление; б) один из видов общения; в) вид речевой деятельности. Сущность, условия функционирования, функции массовой коммуникации. Массовая коммуникация как мощное средство воздействия на общество с целью оптимизации его деятельности, социализации индивида и интеграции.

Теории и проблемы массовой коммуникации. М. Вебер и начало исследований массовой коммуникации. Основные функционально-теоретические направления изучения массовой коммуникации: а) функция доминирующего контроля; б) функция опосредованного духовного контроля; в) культурологическая функция; г) теории информационного общества; д) направления теоретических исследований

коммуникативных ситуаций, в т.ч. массовых и концепция Мак-Квейла; е) теория массовой коммуникации в отечественных исследованиях. Психолингвистика, социопсихология, социолингвистика, социокоммуникация и проблемы массовой коммуникации.

Тема 6. Институты коммуникации

Выявление механизма целенаправленного воздействия массовой коммуникации на аудиторию и индивида. Установление факторов массовой коммуникации, обеспечивающих ожидаемый результат. Моделирование массовой коммуникации: модели Г. Лассуэлла, Г. Гербнера, Б. Вестли - М. Мак-Лина, А. Леонтьева, П. Лазарфельда - Г. Годи. Факторы активизации воздействия массовой коммуникации: а) социопсихологические; б) информационные; в) коммуникативные. Средства массовой коммуникации (СМК) в прагматическом аспекте. Сходство и различие терминов "средства массовой информации (СМИ)" и "средства массовой коммуникации (СМК)". Этапы возникновения и развития СМИ и СМК, их основные типы.

Экспериментально-прикладной аспект массовой коммуникации.

Массовая коммуникация и сфера общественных связей и отношений // PR. PR в аспекте массовой Информации: сущность; история становления; средства; формы; функции; структура; уровни; значение; эффективность; этика и право. PR и СМИ. PR и рекламная деятельность. Реклама: сущность; история становления; формы воздействия; виды; функции; особенности действенности; выбор каналов информации; рекламная работа в аспекте PR и менеджмент, маркетинг. Коммуникативный аспект PR-рекламной деятельности. Основные рекомендации по повышению уровня эффективности PR-рекламной работы.

Массовая коммуникация и речевая деятельность. Главные проблемы их взаимосвязи и взаимовлияния: а) причины воздействия СМК на речевую деятельность; б) тенденции данного воздействия; в) результаты воздействия и прогнозирование. Современные видоизменения речевых норм на уровнях: а) лексическом; б) грамматическом; в) фонетическом.

Прикладные задачи социологии коммуникации и их группировка по основным направлениям: а) коммуникативному, б) технологическому; в) функциональному. Три главных аспекта социальной природы коммуникации: а) теоретико-познавательный; б) прагматический; в) прикладной.

Тема 7. Методология и методы изучения социальной коммуникации.

Методология как учение о системе научных принципов, форм и способов исследовательской деятельности. Трехуровневая структура методологии. Понятие и сущность идеологии. Частнонаучные принципы // методы конкретных исследований и основные их типы на основе признаков, цели и способа реализации. Экспериментально-игровые методы в аспекте прикладных задач науки.

Общенаучные принципы исследования социальной коммуникации: а) диалектический; б) исторический; в) деятельный; г) функциональный; д) системный; е) целостности; ж) познавательный; з) прагматический.

Частнонаучные методы конкретного исследования социокоммуникации. Главные составляющие (в их взаимосвязи) социологии коммуникации: а) социальные структуры; б) коммуникативные системы; в) коммуникативные средства. Отношение индивида и общества – центральная проблема в социологии коммуникации. Теория общества Н. Лумана и использование методов: а) системно-функционального; б) исторического анализа; в) структурного анализа; г) социометрического; д) функционального; е) сопоставительного. Уровневая стратификация, типовые характеристики, видовая системность, способы реализации и специализированные методы изучения социальной коммуникации. Виды методов, используемых на различных этапах конкретного исследований социокоммуникации: а) начальном; б) втором и последующих; в) завершающем.

5.2 Практические занятия

Практическое занятие 2

Тема: Социология коммуникаций как специальная отрасль социологии

План:

1. Коммуникация как объект изучения наук: а) точных; б) гуманитарных; в) в аспекте эмпирико-прикладных исследований.
2. Философия, социология и психология о проблемах и видах коммуникации.
3. Предмет и аппарат социологии коммуникации
4. Социальная коммуникация в аспекте этнографии, антропологии и культурологии,
5. Теория коммуникации и социокommunikация: сравнительный анализ.
6. Теория коммуникации и проблемы научного знания начала XXI в.

Практическое занятие 2

Тема: Социологические доминанты коммуникации

План:

1. Система как понятие и категория
2. Система языка и коммуникативные системы
3. Общие и отличительные черты языка и коммуникации
4. Виды коммуникативных систем
5. Языки программирования и информационные языки
6. Уровни коммуникации

Практическое занятие 3

Тема: Уровни организации коммуникации

План:

1. Лингвистический (языковой) уровень коммуникации и его коммуникативные единицы
2. Металингвистический (метаязыковой) уровень коммуникации и его коммуникативные единицы
3. Психоллингвистика и социоллингвистика
4. Взаимосвязь лингвистики и металингвистики в теории коммуникации
5. Синтетический уровень коммуникации и виды коммуникативных систем.
6. Семиотический и синтетический уровни коммуникации.

Практическое занятие 4

Тема: Коммуникативная личность

План:

1. Понятие личности
2. Социализация личности
3. Личность как философская категория
4. Языковая личность и ее сущность
5. Коммуникативная личность, ее сущностное содержание и характерные черты
6. Оценка коммуникативной личности как социального феномена

Практическое занятие 5

Тема: Межличностная, групповая и организационная коммуникация

План :

1. Типы коммуникации
2. Сущность и функции межличностной коммуникации
3. Структура и место в коммуникативной системе групповой и организованной коммуникации
4. Условия и требования, обеспечивающие эффективность коммуникации: межличностной, групповой, организованной.
5. Массовая коммуникация
6. Теория и проблемы массовой коммуникации

Практическое занятие 6

Тема :Институты коммуникации

План:

1. Массовая коммуникация как социально обусловленное явление
2. Основные направления изучения массовой коммуникации в отечественных исследованиях
3. Теории и прикладные задачи социологии коммуникации и их группировка по основным направлениям: коммуникативному, технологическому, функциональному
4. Три главных аспекта социальной природы коммуникации: теоретико-познавательный, прагматический, прикладной.

Практическое занятие 7

Тема: *Методология и методы изучения социальной коммуникации*

План занятия:

1. Методы конкретного исследования социокommunikации, их назначение и формы реализации.
2. Начальный этап исследования (разработка программы и плана, сбор фактического материала и его первичная систематизация): методы опроса, экспертных оценок, лабораторные и полевые эксперименты.
3. Второй и последующие этапы исследования (обработка полученных данных, установление зависимостей количественных показателей анализа и их содержательная интерпретация): корреляционный, факторный, детерминационный, дисперсионный, латентно-структурный, контент- и дискурс- анализ, метод импликационных шкал.
4. Завершающий этап исследования (обобщение и верификация полученных результатов): методы тестирования и шкалирования, панельный метод.
5. Методология как стратегия, методы как тактические средства в процессе научного исследования социокommunikации.

6. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА

№ п/п	№ раздела (темы) дисциплины	Форма (вид) самостоятельной работы	Трудовые часы
1	Тема 1	Составление конспектов к практическому занятию, повторение материала и подготовка к беседе	6
2	Тема 2	Подготовка к практическому занятию, подготовка к устному опросу	6
3	Тема 3	Написание реферата, подготовка к практическому занятию	6
4	Тема 4	Подготовка к практическому занятию, подготовка к тестированию	6
5	Тема 5	Подготовка к контрольной работе, подготовка к практическому занятию	6
6	Тема 6	Подготовка к практическому занятию, выполнение индивидуального задания	7
7	Тема 7	Подготовка к практическому занятию, выполнение индивидуального задания, подготовка к дискуссии	7
	Итого:		44

7. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Проблемная лекция, лекция беседа, деловые игры, тестовые методики, компьютерные технологии, микрогруппы

Интерактивные методы обучения

№ п/п	Тема	Интерактивные методы обучения	Кол- часов
1	Тема 2	Разбор конкретных ситуаций, компьютерные симуляции, психологические тренинги, семинары в диалоговом режиме, компьютерное моделирование и практический анализ результатов, фокус-группа, дискуссия	2
2	Тема 3		2
3	Тема 4		2
4	Тема 5		2
5	Тема 6		2
6	Тема 7		2

8.ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ИТОГАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ

Методы текущего контроля

1. Проверка конспектов
2. Тестирование
3. Устный опрос
4. Беседа

ТЕСТ ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ ЗНАНИЙ

Применяется в качестве контроля остаточных знаний студентов по данному курсу, а также рубежного контроля. За каждый правильный ответ присваивается 2 балла // очка. В тесте – 30 вопросов и по 4 варианта ответов на каждый из них. В соответствии с федеральным нормативом оценка «отлично» выставляется за (минимум) 91 % правильных ответов – 54 балла; «хорошо» - за (минимум) 76 % правильных ответов – 46 баллов; «удовлетворительно» - за (минимум) 51 % правильных ответов – 32 балла.

1. Что такое «коммуникация»?

- а) способы общения, позволяющие передавать и принимать разнообразную информацию;
- б) социально-обусловленный процесс передачи и восприятия информации в условиях межличностного и массового общения по разным каналам при помощи различных коммуникативных средств (вербальных, невербальных и др.);
- в) социально обусловленный процесс обмена мыслями и чувствами между людьми в различных сферах их деятельности, реализуемый (главным образом) при помощи вербальных средств;
- г) синоним понятия «взаимообмен сообщениями // информацией».

2. Что означает понятие «общение»?

- а) социально обусловленный процесс обмена мыслями и чувствами между людьми в различных сферах их деятельности, реализуемый (главным образом) при помощи вербальных средств коммуникации;

- б) взаимовлияние людей друг на друга в результате установления и поддержания контакта между ними;
- в) синоним понятия «коммуникация»;
- г) специфическое межличностное взаимодействие людей как членов общества, как представителей определенных социальных групп.

3. «Социальная коммуникация // социокоммуникация» - это:...

- а) система мотивированных речевых действий людей в социально значимых ситуациях, обусловленных правилами и нормами, принятыми в обществе;
- б) синоним понятия «социальная информация»;
- в) синоним понятия «социально обусловленный контакт»;
- г) коммуникативная деятельность людей, обусловленная рядом социально значимых оценок, конкретных ситуаций, коммуникативных сфер и норм общения, принятых в данном обществе.

4. Как правильно определить содержательную суть «теории коммуникации»?

- а) специальная // особая отрасль социологического знания, посвященная изучению проблем социальной информации и информационного обеспечения людей в современном мире;
- б) отраслевая журналистская дисциплина, занимающаяся научными исследованиями коммуникативной стороны общения;
- в) специальная отрасль науки, изучающая функциональные особенности общения представителей различных социальных групп в аспекте их взаимодействия – передачи и получения смысловой и оценочной информации, а также воздействия на их отношение к социальным ценностям данного общества и социума в целом;
- г) синоним научной дисциплины «теория коммуникации».

5. «Социальные структуры общества», «коммуникативные системы», «каналы, уровни и средства коммуникации, обеспечивающие передачу и восприятие информации как социально значимой оценки» - это (в их совокупности):

- а) основные функции «теории коммуникации»;
- б) базовые составляющие социокоммуникации;
- в) социальные доминанты;
- г) структурные элементы средств массовой коммуникации.

6. «Объектность» (т.е. наличие объектов, сущностей), «структурность», «целостность» - обозначают (в социальном плане): ...

- а) основные элементы социальной структуры;
- б) важнейшие функции социального государства;
- в) основополагающие признаки системы (в т.ч. - социальной);
- г) социальные доминанты.

7. «Теория социального познания»; «система методов социального познания»; «анализ коммуникативных систем (активируемых в обществе)» - это: ...

- а) базовые составляющие «концепции социокоммуникации»;
- б) социальная доминанты;
- в) составляющие методологии социальной коммуникации;
- г) научные направления в изучении социокоммуникации.

8. «Социально обусловленная и доминирующая характеристика коммуникации, которая нормативно закреплена в речевом этикете и имеет статус категории» - есть: ...

- а) базовая составляющая социокоммуникации;
- б) один из основополагающих признаков социальной системы;
- в) один из важнейших элементов социальной структуры;
- г) социальная доминанта.

9. Основные группы «социальных доминант коммуникации» таковы:

- а) стратификационная, ситуативная, оценочная, функциональные группы;

- б) группы: формальная, неформальная, нормативная, ценностная;
- в) онтологическая, гносеологическая, методическая, методологическая группы;
- г) группы: контактная, коммуникативная, перцептивная, интерактивная.

10. «Базовые» функции социальной коммуникации – следующие: ...

- а) контактоустанавливающая, коммуникативная, перцептивная, интерактивная;
- б) информационная, прагматическая, экспрессивная;
- в) когнитивная, аффективная, конативная;
- г) контрольная, консультативная, директивная, оценочная.

11. «Специализированные // специфические» функции социокommunikации» - это:

...

- а) контактоустанавливающая, самопрезентации, аппелятивная, побудительная, волеизъявительная, регулирующая, ритуальная, перформативная;
- б) познавательная, управленческая, гуманистическая;
- в) когнитивная, аффективная, конативная;
- г) контрольная, консультативная, директивная, оценочная, воздействия // влияния, аксиологическая, релаксации.

12. Главные «уровни коммуникации» - таковы: ...

- а) функциональный, стратификационный, ситуативный, оценочный;
- б) когнитивный, аффективный, конативный;
- в) теоретический, прикладной // «средний» уровень, эмпирический;
- г) семиотический, лингвистический, металингвистический, паралингвистический, синтетический.

13. «Фактически проговариваемый («творимый») в речи связный текст, рассматриваемый в событийном плане и представляющий из себя сложное единство языковой практики и экстралингвистических факторов, необходимых для понимания текста, т.е. определяющих участников коммуникации в лице их установок и целей, а также условия производства и восприятия сообщений» - это: ...

- а) социальная коммуникация;
- б) социальная информация;
- в) дискурс;
- г) речевой акт (в т.ч. в форме «речевого этикета»).

14. «Совокупность способностей и характеристик человека, обуславливающих создание и восприятие им различных текстов ...» - это: ...

- а) харизматическая личность;
- б) языковая личность;
- в) коммуникативная личность;
- г) социализированная личность.

15. «Коммуникабельность» - представляет из себя: ...

- а) способность легко и по собственной инициативе устанавливать контакты в любой сфере общения;
- б) синоним понятия «коммуникативная личность»;
- в) способность умело поддерживать предлагаемые контакты;
- г) антоним понятия «языковая личность».

16. Каковы основные типы «коммуникативной личности»?

- а) коммуникабельный, латентный;
- б) харизматический, маргинальный;
- в) доминантный, реагирующий;
- г) лидирующий, управляемый.

17. Какие «типы коммуникации» существуют по признаку «социально обусловленной масштабности общения»?

- а) прямая, косвенная;
- б) краткая, постоянная;
- в) горизонтальная, вертикальная;
- г) ограниченная, локальная, внутригрупповая, интерперсональная, интроперсональная и др.

18. Какие существуют «авторские» модели коммуникации?

- а) Г. Лассуэлла;
- б) В. Шрамма – К. Осгуда;
- в) Г. Малецки;
- г) Т. Смита.

19. «Процесс одновременного речевого воздействия коммуникантов и их воздействие друг на друга» - это: ...

- а) интерперсональная коммуникация;
- б) интроперсональная коммуникация;
- в) горизонтальная коммуникация;
- г) вертикальная коммуникация.

20. Каковы основные «модели межличностной коммуникации»?

- а) прямая, косвенная;
- б) краткая, постоянная;
- в) диалогическая, монологическая;
- г) непосредственная, опосредованная.

21. Основные «функции межличностной коммуникации» - таковы: ...

- а) информационная;
- б) экспрессивная и прагматическая;
- в) взаимодействия и воздействия;
- г) конверсионная.

22. Каковы главные «условия эффективности межличностной коммуникации»?

- а) совместимость партнеров как коммуникативных личностей;
- б) адекватное восприятие смысловой и оценочной информации;
- в) воздействие через убеждение;
- г) харизматичность коммуникантов.

23. «Тип коммуникации, охватывающей проблемы информационного воздействия в малых группах, которой присущи характеристики как межличностной, так и массовой коммуникации» - есть: ...

- а) межличностная коммуникация;
- б) групповая (внутригрупповая) коммуникация;
- в) организационная (в социальной организации) коммуникация;
- г) массовая коммуникация.

24. «Тип коммуникации, отражающий информационные процессы в больших интегрированных сетях, возникающих в процессе формального и неформального взаимодействия индивидов и групп в организациях» - это: ...

- а) межличностная коммуникация;
- б) межгрупповая коммуникация;
- в) коммуникация в социальной организации // организационная коммуникация;
- г) массовая коммуникация.

25. «Массовая коммуникация» в журналистике - это

- а) социально обусловленное явление с основной функцией воздействия через смысловую и оценочную информацию;

- б) социально-обусловленное явление, основной функцией которого является воздействие на массовую аудиторию через содержание передаваемой информации;
- в) социально обусловленный процесс, в котором соответствующая функция актуализируется при помощи различных коммуникативных средств и каналов;
- г) смысловой и идеально-содержательный аспект массового социального взаимодействия.

26. Основные «функции массовой коммуникации» - таковы: ...

- а) когнитивная, аффективная, конативная;
- б) познавательная, управленческая (мобилизирующая), культурологическая (просветительская);
- в) информационная, развлекающая, воздействия на общество через прямую и обратную связь;
- г) оценочная, директивная, контролирующая.

27. Общие условия, необходимые для функционирования массовой коммуникации

– это: ...

- а) наличие качественных технических средств (для регулярности и тиражированности информации);
- б) социальная значимость информации;
- в) наличие массовой аудитории;
- г) многоканальность и возможность выбора коммуникативных средств (для вариативности и нормативности информации).

28. «Вид социального института, доминирующей характеристикой которого является воздействие на общество через информационную функцию» - есть: ...

- а) реклама;
- б) связи с общественностью // PR;
- в) средства массовой информации;
- г) средства массовой коммуникации.

29. Основные «виды исследования социокommunikации» - таковы: ...

- а) тестирование, телефонный опрос, пресс-опрос;
- б) эксперимент, социометрия, экспертиза;
- в) разведывательное (пилотажное), описательное, аналитическое;
- г) факторное, латентно-структурное, кластерное.

30. Основные «группы методов на различных этапах социокommunikации» - это

- а) методы: опроса, статистического анализа, тестирования и шкалирования, панельный;
- б) методы: факторного анализа, дисперсионного анализа, корреляционного анализа;
- в) методы: интервьюирование, анкетирования, наблюдения, анализа документов;
- г) методы: индивидуального глубинного интервью, глубинной групповой дискуссии (фокус-группа), проектирования, аппаратурные, нетрадиционные (в т.ч. электронного обследования).

**ПРОМЕЖУТОЧНЫЙ КОНТРОЛЬ
ПРИМЕРНЫЕ ТЕМЫ РЕФЕРАТОВ**

1. Коммуникативистика как наука мобильно-информационного общества.
2. Личность – языковая личность – коммуникативная личность (аспект социологии коммуникации).
3. Уровни коммуникации и их основные критерии: сущность и практическое значение для современной социологии.

4. Системность коммуникации и виды коммуникативных систем в современной теории коммуникации.
5. Доминанты коммуникации и их актуальная научная проблематика.
6. История возникновения и развития теории коммуникации в мировом общественном сознании.
7. Методология и методы исследования социальной коммуникации.
8. Теория коммуникации как отрасль науки: особенности, актуальность, практическая значимость.
9. Межличностная коммуникация и условия ее эффективности.
11. Теории, проблемы и направления в изучении массовой коммуникации.
12. Средства массовой информации и средства массовой коммуникации: моделирование, факторы воздействия, место и роль в современном мире.
13. Массовая коммуникация и сфера Паблик Рилейшнз.
14. Коммуникативный базис современных избирательных кампаний
15. Коммуникация как составляющая национальной безопасности
16. Коммуникация в теории принятия решений
17. Международные коммуникации как объекты научного исследования
18. Важные аспекты международных коммуникаций: теория переговоров, принудительная и сберегающая дипломатия, межкультурные коммуникации

ПРИМЕРНЫЕ ТЕМЫ ТВОРЧЕСКИХ ЗАДАНИЙ, ВОПРОСОВ К КОНТРОЛЬНОЙ РАБОТЕ

1. Коммуникология как наука по изучению гуманитарных аспектов СМИ и их воздействия на социально-культурную жизнь мира: теория и практика.
2. Коммуникативистика и теория коммуникации: аспект политических и маркетинговых исследований (сравнительный анализ).
3. Конкретно-специализированные исследования массовой коммуникации: аспект политических PR-кампаний,
4. Конкретно-специализированные исследования массовой коммуникации: аспект маркетинговых PR-кампаний.
5. Методы социологического анализа массовой коммуникации: аспект деятельности современных российских/приамурских масс-медиа в 2001-2006 г.г.
6. Коммуникация в теории принятия решений
7. Международные коммуникации как объекты научного исследования
8. Методы анализа массовой коммуникации (контент-анализ, дискурс-анализ, пропагандистский анализ, анализ слухов)
9. Негативная массовая информация и метод «спиндоктор» в деятельности масс-медиа
10. Массовая коммуникация: в аспекте использования нейролингвистического программирования
11. Методы анализа текстов политических лидеров
12. PR как коммуникативная деятельность
13. Коммуникативная кампания в сфере PR
14. СМИ и PR : деятельность в коммуникативном поле
15. Электоральные СМИ и рекламные PR-кампании
16. Политические PR-кампании: в аспектах теории коммуникации и коммуникативистики
17. PR-работа по преодолению организационного кризиса: в аспекте коммуникативистики
18. Коммуникативный базис современных избирательных кампаний
19. Коммуникация как составляющая национальной безопасности
20. Коммуникация в теории принятых решений

21. Международные коммуникации как объекты научного исследования

ИТОГОВЫЙ КОНТРОЛЬ ПРИМЕРНЫЕ ВОПРОСЫ К ЭКЗАМЕНУ

Теория коммуникация: сущность предмета, функции, структура.

2. История возникновения и развития теории коммуникации в мировой и отечественной науке.
3. Коммуникативистика как наука и мобильно-информационного общества.
4. Общение – коммуникация – речевая деятельность: в аспекте теории коммуникации.
5. Базовые составляющие социокоммуникации.
6. Онтологический аспект теории коммуникации.
7. Гносеологический аспект социальной коммуникации.
8. Методологический аспект социальной коммуникации.
9. Конструктивные методологические принципы и социокоммуникация.
10. Социальные доминанты коммуникации: особенности, социальная значимость, основные группы.
11. Стратификационная группа социальных доминант коммуникации.
12. Ситуативная группа социальных доминант коммуникации.
13. Оценочная группа социальных доминант коммуникации.
14. Функциональная группа социальных доминант коммуникации.
15. Системность коммуникации и виды коммуникативных систем: общая характеристика.
16. Понятие системности и виды коммуникативных систем: сущностное содержание и практическая результативность.
17. Система языка и коммуникативные системы в аспекте социологии коммуникации.
18. Уровни коммуникации и их критерии (сравнительный анализ).
19. Семиотический уровень коммуникации и его основные параметры.
20. Лингвистический уровень коммуникации и его коммуникативные единицы.
21. Металингвистический уровень коммуникации и его коммуникативные единицы.
22. Паралингвистический уровень коммуникации: природа, взаимодействие вербальных и невербальных средств, типология коммуникативных единиц.
23. Природа, социальная значимость, теоретические аспекты изучения синтетического уровня коммуникации.
24. Личность – языковая личность – коммуникативность личности: аспект теории коммуникации.
25. Типологизация социокоммуникации: аспект прикладных задач теории коммуникации.
26. Сущность, функции, концепции и направления исследования синтетического аспекта массовой коммуникации.
27. Прагматический аспект массовой коммуникации: моделирование, факторы воздействия на социум, СМИ // СМК в коммуникативном пространстве.
28. Экспериментально-прикладной аспект массовой коммуникации: сфера PR, сфера рекламы, сфера речевой деятельности.
29. Общее, особенное, единичное в методологии и общенаучные принципы исследования социальной коммуникации.
30. Частнонаучные методы исследования социальной коммуникации.
31. Конкретно-специализированные методы исследования // социальной коммуникации: общая характеристика.

32. Конкретно-специализированные методы исследования социальной коммуникации: цель изучения и характер (с точки зрения стратификации, типологизации, видовой системности, способов реализации).
33. Конкретно-специализированные методы исследования социальной коммуникации: выбор методов, последовательность, техника применения.
34. Философский и социологический аспекты теоретических моделей коммуникации.
35. Прикладные модели коммуникации.
36. Модели массовой коммуникации: в аспектах социологии коммуникации и коммуникативистики.
37. Модели коммуникации в массовой культуре: в аспектах теории коммуникации и культурологии.
38. Пропагандистские кампании и психологические войны: в аспектах теории коммуникации, социальной психологии, коммуникологии.
39. Коммуникативное пространство с точки зрения социальной коммуникации.
40. Виды коммуникации (вербальная, невербальная, аудио- и визуальная): с точки зрения теории коммуникации и психологии.
41. Виды коммуникации: перформансная, мифологическая, художественная (с т.зр. наук коммуникативного цикла).
42. Взаимодействие мифологических, политических, культурных сообщений в рамках коммуникативного пространства: аспекты теории коммуникации.
43. Методы анализа массовой коммуникации (контент-анализ, дискурс-анализ, пропагандистский анализ, анализ слухов).
44. Негативная массовая информация и метод «спиндоктор» в деятельности масс-медиа.
45. Массовая коммуникация: в аспекте использования нейролингвистического программирования.
46. Методы анализа текстов политических лидеров.
47. PR как коммуникативная деятельность.
48. Коммуникативная кампания в сфере PR.
49. СМИ и PR: деятельность в коммуникативном поле.
50. Электоральные СМИ и рекламные PR-кампании.
51. Политические PR-кампании: в аспектах теории коммуникации и коммуникативистики.
52. PR - работа по преодолению организационного кризиса: в аспекте коммуникативистики.
53. Коммуникативный базис современных избирательных кампаний.
54. Коммуникация как составляющая национальной безопасности.
55. Коммуникация в теории принятия решений.
56. Международные коммуникации как объекты научного исследования.
57. Важные аспекты международных коммуникаций: теория переговоров, принудительная и сберегающая дипломатия, межкультурные коммуникации

КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ ЗНАНИЙ

Оценка «отлично» выставляется студенту, глубоко и прочно усвоившему программный материал, исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно его излагающему, в ответе которого тесно увязывается теория с практикой. При этом студент не затрудняется в ответе при видоизменении задания, свободно справляется с вопросами, правильно обосновывает принятые решения, владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических работ. Также учитывается систематическая работа на всех практических занятиях и лекциях, выполнение всех письменных заданий своевременно и в соответствии с предъявляемыми требованиями.

Оценка «хорошо» выставляется студенту, который твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его, который не допускает существенных неточностей в ответе на вопрос, правильно применяет творческие положения при решении практических вопросов, владеет необходимыми навыками и приемами их выполнения, а также систематически работает на лекциях и практических занятиях.

Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, который имеет знания только основного материала, но не усвоил его деталей, допускает неточности в формулировках принципов и понятий, нарушения в последовательности изложения программного материала и испытывает затруднения в выполнении практических работ. При этом у студента не должно быть задолженностей по всем видам занятий и заданий.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, который не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы, а также имеет задолженности по различным видам занятий и заданий.

9. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

а) основная литература

1. Романов, А.А. Массовые коммуникации: учеб. Пособие / А.А.Романов – М.: Вузовский учебник, 2009, 2010.
2. Фомичева, И.Д. Социология СМИ: учеб.пособие: рек. УМО / И.Д.Фомичева.-М.: Аспект Пресс, 2007. – 335с.
3. Черных, А.И. Социология массовых коммуникаций: учеб.пособие / А.И.Черных. – М.: ГУ ВШЭ, 2008.-452с.

б) дополнительная литература:

1. Викулова, Л.Г. Основы теории коммуникации: практикум: учеб.пособие: рек. УМО / Л.Г.Викулова, А.И.Шарунов. – М.: АСТ: АСТ МОСКВА: Восток-Запад, 2008. – 320с.
- 2.Гундарин, М.В. Теория и практика связей с общественностью: основы медиа-рилейшнз: учеб.пособие /М.В.Гундарин. – М.: ФОРУМ; М.: ИНФРА – М, 2007. – 335с.
- 3.Пономарев, Н.Ф. Политические коммуникации и манипуляции: учеб. пособие /Н.Ф.Пономарев. – М.: Аспект Пресс, 2007.- 128с.

Периодические издания

Вестник Московского университета. Сер. 10, журналистика

Социологический журнал

Социология

Социология и политика

в) программное обеспечение и Интернет-ресурсы

№	Наименование ресурса	Краткая характеристика
1	http://wciom.ru ; http://www.fom.ru ; http://www.levada.ru ; http://romir.ru ; http://www.comcon-2.ru ; http://www.gfk.ru ; http://www.cpt.ru ; http://www.cipkr.ru ; http://www.cessi.ru ; http://www.bashkirova-partners.ru ; http://www.zircon.ru ; www.rusinfomar.ru	Сайты исследовательских компаний
2	http://www.advertology.ru/laboratory/frem_arxiv.htm	Демидов А. Особенности потребительского выбора россиян: факторы выбора, мотивации, лояльность
3	http://www.iqlib.ru	Интернет-библиотека образовательных изданий, в которой собраны электронные учебники, справочные и

		учебные пособия. Удобный поиск по ключевым словам, отдельным темам и отраслям знания
4	Электронная библиотечная система «Университетская библиотека – online» www/ biblioclub.ru	Электронная библиотечная система «Университетская библиотека – online» ⁶ специализируется на учебных материалах для ВУЗов по научно-гуманитарноц тематике, а также содержит материалы по точным и естественным наукам

10. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Мультимедийные средства, слайды, видеоматериалы по актуальным проблемам, демонстрационные приборы.

11. КРАТКОЕ ИЗЛОЖЕНИЕ УЧЕБНОГО МАТЕРИАЛА

План-конспект лекций

Лекция 1. Социология коммуникации как специальная отрасль социологии

План:

1. Понятие общения, коммуникации, речевой деятельности, их особенности.
2. Базовые составляющие социокоммуникации: социальные структуры общества, коммуникативные системы, каналы, уровни и средства коммуникации
3. Предпосылки и объект-предметные характеристики изучения социальной коммуникации в социологической науке.
4. Особенности и параметры социологии коммуникации.
5. Методологические принципы и социальная коммуникация.
6. Теоретические модели социокоммуникации.

Цель: дать понятие социологии коммуникации как специальной отрасли социологии

Задачи:

1. Дать понятие социологии коммуникации и ее особенностей
2. Рассмотреть особенности социологии коммуникации
3. Рассмотреть методологические принципы социологии коммуникации
4. Рассмотреть теоретические модели социокоммуникации

Ключевые вопросы:

1. Социальная структура общества, коммуникативные системы, уровни и средства коммуникации
2. Предметные характеристики изучения социальной коммуникации
3. Методология социологии коммуникации
4. Теоретические модели социокоммуникации

Литературные источники:

1. Романов, А.А. Массовые коммуникации: учеб. Пособие / А.А.Романов – М.: Вузовский учебник, 2009, 2010.
2. Черных, А.И. Социология массовых коммуникаций: учеб.пособие / А.И.Черных. – М.: ГУ ВШЭ, 2008.-452с.
3. Викулова, Л.Г. Основы теории коммуникации: практикум: учеб.пособие: рек. УМО / Л.Г.Викулова, А.И.Шарунов. – М.: АСТ: АСТ МОСКВА: Восток-Запад, 2008. – 320с.
4. Гундарин, М.В. Теория и практика связей с общественностью: основы медиа-рилейшнз: учеб.пособие /М.В.Гундарин. – М.: ФОРУМ; М.: ИНФРА – М, 2007. – 335с.

Периодические издания

Вестник Московского университета. Сер. 10, журналистика

Социологический журнал

Социология

Социология и политика

Лекция 2. Социологические доминанты коммуникации.

План:

1. Доминанты коммуникации
2. Типы коммуникации, их социальная роль
3. Социальная коммуникация как система
4. Виды коммуникативных систем
5. Уровни коммуникации

Цель: рассмотреть социологические доминанты коммуникации

Задачи:

1. Рассмотреть группы доминант коммуникации
2. Познакомиться с типами коммуникации и их социальной ролью
3. Познакомиться с видами коммуникативных систем
4. Дать понятие уровней коммуникации и их критериев

Ключевые вопросы:

1. Стратификационная, ситуативная, оценочная и функциональная группы доминант коммуникации.
2. Типы коммуникации в аспекте доминантно» коммуникативных групп
3. Социальная роль типов коммуникации и ее основные признаки (параметры)
4. Социальная коммуникация как система.
5. Виды коммуникативных систем: языки программирования, информационные языки, общие и отличительные черты естественных и искусственных языков.
6. Уровни коммуникации. Критерии уровней коммуникации

Литературные источники:

1. Романов, А.А. Массовые коммуникации: учеб. Пособие / А.А.Романов – М.: Вузовский учебник, 2009, 2010.
2. Черных, А.И. Социология массовых коммуникаций: учеб.пособие / А.И.Черных. – М.: ГУ ВШЭ, 2008.-452с.
3. Викулова, Л.Г. Основы теории коммуникации: практикум: учеб.пособие: рек. УМО / Л.Г.Викулова, А.И.Шарунов. – М.: АСТ: АСТ МОСКВА: Восток-Запад, 2008. – 320с.
4. Гундарин, М.В. Теория и практика связей с общественностью: основы медиа-рилейшнз: учеб.пособие /М.В.Гундарин. – М.: ФОРУМ; М.: ИНФРА – М, 2007. – 335с.

Периодические издания

Вестник Московского университета. Сер. 10, журналистика

Социологический журнал

Социология

Социология и политика

Лекция 3. Уровни организации коммуникации

План:

1. Семиотический уровень коммуникации: типология знаков как единиц семиотического уровня коммуникации;
2. Лингвистический и металингвистический уровни коммуникации.
3. Металингвистический (метаязыковой) уровень коммуникации и его коммуникативные единицы.
4. Взаимосвязь лингвистического и металингвистического уровней в социологии коммуникации.
5. Природа невербальной коммуникации (НВК). Взаимодействие вербальных и невербальных средств коммуникации.
6. Синтетический уровень коммуникации.

Сравнение уровней коммуникации в аспектах их характерных особенностей и информационно-коммуникативного значения.

Цель: рассмотреть уровни организации коммуникации

Задачи:

1. Рассмотреть семиотический (знаковый) уровень коммуникации
2. Рассмотреть лингвистический (языковой) уровень коммуникации и его коммуникативные единицы.
3. Рассмотреть особенности метаязыковой коммуникации
4. Рассмотреть паралингвистические средства коммуникации как невербальные коммуникативные средства
5. Познакомиться с природой невербальной коммуникации
6. Рассмотреть природу синтетического уровня и виды коммуникативных систем

Ключевые вопросы:

1. Типология знаков как единиц семиотического уровня коммуникации; социальная обусловленность знаков как единиц семиотического уровня
2. Языковой и метаязыковой уровни коммуникации и их коммуникативные единицы
3. Паралингвистические средства коммуникации как невербальные коммуникативные средства
4. Взаимосвязь лингвистического и металингвистического уровней в социологии коммуникации.
5. Природа синтетического уровня и виды коммуникативных систем
6. Сравнение уровней коммуникации в аспектах их характерных особенностей и информационно-коммуникативного значения.

Литературные источники:

1. Романов, А.А. Массовые коммуникации: учеб. Пособие / А.А.Романов – М.: Вузовский учебник, 2009, 2010.
2. Фомичева, И.Д. Социология СМИ: учеб.пособие: рек. УМО / И.Д.Фомичева.-М.: Аспект Пресс, 2007. – 335с.
3. Черных, А.И. Социология массовых коммуникаций: учеб.пособие / А.И.Черных. – М.: ГУ ВШЭ, 2008.-452с.
4. Викулова, Л.Г. Основы теории коммуникации: практикум: учеб.пособие: рек. УМО / Л.Г.Викулова, А.И.Шарунов. – М.: АСТ: АСТ МОСКВА: Восток-Запад, 2008. – 320с.
5. Гундарин, М.В. Теория и практика связей с общественностью: основы медиа-рилейшнз: учеб.пособие /М.В.Гундарин. – М.: ФОРУМ; М.: ИНФРА – М, 2007. – 335с.

Периодические издания

Вестник Московского университета. Сер. 10, журналистика

Социологический журнал

Социология

Социология и политика

Лекция 4. Коммуникативная личность

План:

1. Личность как философская категория, различные подходы к пониманию личности
2. Языковая личность, ее сущность и "особенности.
3. Коммуникативная личность, ее сущностное содержание и характерные черты
4. Основные типы коммуникативной личности
5. Понятие коммуникабельности

Цель: познакомиться с сущностным содержанием и характерными чертами коммуникативной личности

Задачи:

1. Дать понятие индивида, личности, коммуникативной личности
2. Рассмотреть особенности языковой личности и ее сущности
3. Рассмотреть характерные черты коммуникативной личности, основные типы коммуникативной личности
4. Дать понятие коммуникабельности

Ключевые вопросы:

1. Различные подходы к пониманию личности
2. Сущность и особенности языковой личности
3. Индивидуальная и коллективная языковая личность
4. Сущностное содержание и характерные черты коммуникативной личности
5. Параметры коммуникативной личности и их особенности
6. Понятие коммуникабельности

Литературные источники:

1. Романов, А.А. Массовые коммуникации: учеб. Пособие / А.А.Романов – М.: Вузовский учебник, 2009, 2010.
2. Фомичева, И.Д. Социология СМИ: учеб.пособие: рек. УМО / И.Д.Фомичева.-М.: Аспект Пресс, 2007. – 335с.
3. Черных, А.И. Социология массовых коммуникаций: учеб.пособие / А.И.Черных. – М.: ГУ ВШЭ, 2008.-452с.
4. Викулова, Л.Г. Основы теории коммуникации: практикум: учеб.пособие: рек. УМО / Л.Г.Викулова, А.И.Шарунов. – М.: АСТ: АСТ МОСКВА: Восток-Запад, 2008. – 320с.
5. Гундарин, М.В. Теория и практика связей с общественностью: основы медиа-рилейшнз: учеб.пособие /М.В.Гундарин. – М.: ФОРУМ; М.: ИНФРА – М, 2007. – 335с.

Периодические издания

Вестник Московского университета. Сер. 10, журналистика

Социологический журнал

Лекция 5. Межличностная, групповая и организационная коммуникация

План:

1. Типы коммуникации
2. Сущность и функции коммуникации
3. Массовая коммуникация и ее особенности
4. Теории и проблемы массовой коммуникации. М. Вебер и начало исследований массовой коммуникации.
5. Основные функционально-теоретические направления изучения массовой коммуникации
6. Проблемы массовой коммуникации

Цель: познакомиться с видами коммуникации

Задачи:

1. Изучить типы коммуникации
2. Рассмотреть сущность, функции, структуру, направления, место в коммуникативной системе и значение коммуникации: а) межличностной; б) групповой; в) организованной.
3. Рассмотреть условия и требования, обеспечивающие эффективность коммуникации: а) межличностной; б) групповой; в) организационной.
4. Изучить теории и проблемы массовой коммуникации

Ключевые вопросы:

1. Сущность и значение межличностной, групповой и организационной коммуникации
2. Сущность и значение массовой коммуникации
3. Теории и проблемы массовой коммуникации

Литературные источники:

1. Романов, А.А. Массовые коммуникации: учеб. Пособие / А.А.Романов – М.: Вузовский учебник, 2009, 2010.
2. Фомичева, И.Д. Социология СМИ: учеб.пособие: рек. УМО / И.Д.Фомичева.-М.: Аспект Пресс, 2007. – 335с.
3. Черных, А.И. Социология массовых коммуникаций: учеб.пособие / А.И.Черных. – М.: ГУ ВШЭ, 2008.-452с.
4. Викулова, Л.Г. Основы теории коммуникации: практикум: учеб.пособие: рек. УМО / Л.Г.Викулова, А.И.Шарунов. – М.: АСТ: АСТ МОСКВА: Восток-Запад, 2008. – 320с.

5. Гундарин, М.В. Теория и практика связей с общественностью: основы медиа-рилейшнз: учеб.пособие /М.В.Гундарин. – М.: ФОРУМ; М.: ИНФРА – М, 2007. – 335с.

Периодические издания

Вестник Московского университета. Сер. 10, журналистика

Социологический журнал

Социология

Социология и политика

Лекция 6. Институты коммуникации

План:

1. Воздействие массовой коммуникации на аудиторию
2. Сходство и различие терминов "средства массовой информации (СМИ)" и "средства массовой коммуникации (СМК)".
3. Этапы возникновения и развития СМИ и СМК, их основные типы.
4. Массовая коммуникация и сфера общественных связей и отношений – PR
5. Массовая коммуникация и речевая деятельность
6. Прикладные задачи социологии коммуникации

Цель: познакомиться с институтами коммуникации – СМИ, СМК, PR, их типами

Задачи:

1. Выявление механизмов воздействия массовой коммуникации на аудиторию и индивида
2. Познакомиться с экспериментально-прикладным характером массовой коммуникации
3. Выявить взаимосвязь коммуникации и речевой деятельности
4. Рассмотреть сущность и формы публичных релейшнз и рекламы, их эффективность

Ключевые вопросы:

1. Воздействие массовой коммуникации на аудиторию и индивида
2. Моделирование массовой коммуникации
3. Этапы возникновения и развития СМИ и СМК, их основные типы.
4. Массовая коммуникация и сфера общественных связей и отношений
5. Главные проблемы взаимосвязи и взаимовлияния массовой коммуникации и речевой деятельности
6. Прикладные задачи социологии коммуникации и их группировка по основным направлениям

Литературные источники:

1. Романов, А.А. Массовые коммуникации: учеб. Пособие / А.А.Романов – М.: Вузовский учебник, 2009, 2010.
2. Фомичева, И.Д. Социология СМИ: учеб.пособие: рек. УМО / И.Д.Фомичева.-М.: Аспект Пресс, 2007. – 335с.
3. Черных, А.И. Социология массовых коммуникаций: учеб.пособие / А.И.Черных. – М.: ГУ ВШЭ, 2008.-452с.
4. Викулова, Л.Г. Основы теории коммуникации: практикум: учеб.пособие: рек. УМО / Л.Г.Викулова, А.И.Шарунов. – М.: АСТ: АСТ МОСКВА: Восток-Запад, 2008. – 320с.
5. Гундарин, М.В. Теория и практика связей с общественностью: основы медиа-рилейшнз: учеб.пособие /М.В.Гундарин. – М.: ФОРУМ; М.: ИНФРА – М, 2007. – 335с.

Периодические издания

Вестник Московского университета. Сер. 10, журналистика

Социологический журнал

Социология

Лекция 7. Методология и методы изучения социальной коммуникации.

План:

1. Методология как учение о системе научных принципов, форм и способов исследовательской деятельности.
2. Трехуровневая структура методологии.
3. Понятие и сущность идеологии.

4. Общенаучные принципы исследования социальной коммуникации

5. Частнонаучные методы конкретного исследования социокommunikации

Цель: познакомиться с методологией и методами изучения социологии коммуникации

Задачи:

1. Дать понятие методологии как системе научных принципов и методов исследовательской деятельности

2. Познакомиться с общенаучными методами исследования социальной коммуникации

3. Познакомиться с частнонаучными методами конкретного социологического исследования социокommunikации

4. Рассмотреть методы, используемые на различных этапах конкретного социологического исследования социокommunikации

Ключевые вопросы:

1. Методология как система научных принципов и методов исследовательской деятельности

2. Частнонаучные принципы конкретных социологических исследований социокommunikации

3. Общенаучные принципы исследования социальной коммуникации

4. Частнонаучные методы конкретного социологического исследования социокommunikации

Литературные источники:

1. Романов, А.А. Массовые коммуникации: учеб. Пособие / А.А.Романов – М.: Вузовский учебник, 2009, 2010.

2. Фомичева, И.Д. Социология СМИ: учеб.пособие: рек. УМО / И.Д.Фомичева.-М.: Аспект Пресс, 2007. – 335с.

3. Черных, А.И. Социология массовых коммуникаций: учеб.пособие / А.И.Черных. – М.: ГУ ВШЭ, 2008.-452с.

4. Викулова, Л.Г. Основы теории коммуникации: практикум: учеб.пособие: рек. УМО / Л.Г.Викулова, А.И.Шарунов. – М.: АСТ: АСТ МОСКВА: Восток-Запад, 2008. – 320с.

5. Гундарин, М.В. Теория и практика связей с общественностью: основы медиа-рилейшнз: учеб.пособие /М.В.Гундарин. – М.: ФОРУМ; М.: ИНФРА – М, 2007. – 335с.

Периодические издания

Вестник Московского университета. Сер. 10, журналистика

Социологический журнал

Социология

Практические занятия

Практическое занятие 2

Тема: Социология коммуникаций как специальная отрасль социологии

План:

1. Коммуникация как объект изучения наук: а) точных; б) гуманитарных; в) в аспекте эмпирико-прикладных исследований.

2. Философия, социология и психология о проблемах и видах коммуникации.

3. Предмет и аппарат социологии коммуникации

4. Социальная коммуникация в аспекте этнографии, антропологии и культурологии,

5. Теория коммуникации и социокommunikация: сравнительный анализ.

6. Теория коммуникации и проблемы научного знания начала XXI в.

Практическое занятие 2

Тема: Социологические доминанты коммуникации

План:

1. Система как понятие и категория

2. Система языка и коммуникативные системы

3. Общие и отличительные черты языка и коммуникации

4. Виды коммуникативных систем

5. Языки программирования и информационные языки

6. Уровни коммуникации

Практическое занятие 3

Тема: Уровни организации коммуникации

План:

1. Лингвистический (языковой) уровень коммуникации и его коммуникативные единицы
2. Металингвистический (метаязыковой) уровень коммуникации и его коммуникативные единицы
3. Психоллингвистика и социоллингвистика
4. Взаимосвязь лингвистики и металингвистики в теории коммуникации
5. Синтетический уровень коммуникации и виды коммуникативных систем.
6. Семиотический и синтетический уровни коммуникации.

Практическое занятие 4

Тема: Коммуникативная личность

План:

1. Понятие личности
2. Социализация личности
3. Личность как философская категория
4. Языковая личность и ее сущность
5. Коммуникативная личность, ее сущностное содержание и характерные черты
6. Оценка коммуникативной личности как социального феномена

Практическое занятие 5

Тема: Межличностная, групповая и организационная коммуникация

План :

1. Типы коммуникации
2. Сущность и функции межличностной коммуникации
3. Структура и место в коммуникативной системе групповой и организованной коммуникации
4. Условия и требования, обеспечивающие эффективность коммуникации: межличностной, групповой, организованной.
5. Массовая коммуникация
6. Теория и проблемы массовой коммуникации

Практическое занятие 6

Тема :Институты коммуникации

План:

1. Массовая коммуникация как социально обусловленное явление
2. Основные направления изучения массовой коммуникации в отечественных исследованиях
3. Теории и прикладные задачи социологии коммуникации и их группировка по основным направлениям: коммуникативному, технологическому, функциональному
4. Три главных аспекта социальной природы коммуникации: теоретико-познавательный, прагматический, прикладной.

Практическое занятие 7

Тема: *Методология и методы изучения социальной коммуникации*

План занятия:

1. Методы конкретного исследования социокommunikации, их назначение и формы реализации.
2. Начальный этап исследования (разработка программы и плана, сбор фактического материала и его первичная систематизация): методы опроса, экспертных оценок, лабораторные и полевые эксперименты.
3. Второй и последующие этапы исследования (обработка полученных данных, установление зависимостей количественных показателей анализа и их содержательная

интерпретация): корреляционный, факторный, детерминационный, дисперсионный, латентно-структурный, контент- и дискурс- анализ, метод импликационных шкал.

4. Завершающий этап исследования (обобщение и верификация полученных результатов): методы тестирования и шкалирования, панельный метод.

5. Методология как стратегия, методы как тактические средства в процессе научного исследования социокommunikации.

Литература, используемая при подготовке к практическим занятиям

а) основная литература

1. Романов, А.А. Массовые коммуникации: учеб. Пособие / А.А.Романов – М.: Вузовский учебник, 2009, 2010.

2. Фомичева, И.Д. Социология СМИ: учеб.пособие: рек. УМО / И.Д.Фомичева.-М.: Аспект Пресс, 2007. – 335с.

3. Черных, А.И. Социология массовых коммуникаций: учеб.пособие / А.И.Черных. – М.: ГУ ВШЭ, 2008.-452с.

б) дополнительная литература:

1. Викулова, Л.Г. Основы теории коммуникации: практикум: учеб.пособие: рек. УМО / Л.Г.Викулова, А.И.Шарунов. – М.: АСТ: АСТ МОСКВА: Восток-Запад, 2008. – 320с.

2.Гундарин, М.В. Теория и практика связей с общественностью: основы медиа-рилейшнз: учеб.пособие /М.В.Гундарин. – М.: ФОРУМ; М.: ИНФРА – М, 2007. – 335с.

3.Пономарев, Н.Ф. Политические коммуникации и манипуляции: учеб. пособие /Н.Ф.Пономарев. – М.: Аспект Пресс, 2007.- 128с.

Периодические издания

Вестник Московского университета. Сер. 10, журналистика

Социологический журнал

Социология

Социология и политика

в) программное обеспечение и Интернет-ресурсы

№	Наименование ресурса	Краткая характеристика
1	http://wciom.ru ; http://www.fom.ru ; http://www.levada.ru ; http://romir.ru ; http://www.comcon-2.ru ; http://www.gfk.ru ; http://www.cpt.ru ; http://www.cipkr.ru ; http://www.cessi.ru ; http://www.bashkirova-partners.ru ; http://www.zircon.ru ; www.rusinfomar.ru	Сайты исследовательских компаний
2	http://www.advertology.ru/laboratori/frem_arxiv.htm	Демидов А. Особенности потребительского выбора россиян: факторы выбора, мотивации, лояльность
3	http://www.iqlib.ru	Интернет-библиотека образовательных изданий, в которой собраны электронные учебники, справочные и учебные пособия. Удобный поиск по ключевым словам, отдельным темам и отраслям знания
4	Электронная библиотечная система «Университетская библиотека – online» www/ biblioclub.ru	Электронная библиотечная система «Университетская библиотека – online» 6 специализируется на учебных материалах для ВУЗов по научно-гуманитарноц тематике,

		а также содержит материалы по точным и естественным наукам
--	--	--

3. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ИЗУЧЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Методические указания для преподавателя

Курс «Социология коммуникации» является федерального компонента общепрофессиональных дисциплин и изучается в 7 семестре. Для достижения максимального эффекта в преподавании курса рекомендуется использовать инновационные методы в преподавании дисциплины: деловые игры, тестовые методики, игровое проектирование, имитационный тренинг, разбор конкретных ситуаций, семинары в диалоговом режиме, фокус-группы. Освоение тем для самостоятельного изучения необходимо проверять в рамках консультаций (устный опрос, проверка конспектов, письменный опрос). Отчетным материалом по самостоятельной работе являются письменные конспекты по темам. Консультации рекомендуется проводить не реже 1 раза в месяц.

Критерии оценки индивидуальной работы:

- определение рассматриваемого понятия;
- четкость структуры работы;
- самостоятельность работы;
- логичность изложения материала;
- творческий подход;
- умение анализировать материал;
- наличие выводов, сделанных самостоятельно.

Критерии оценки знаний:

Оценка «отлично» выставляется студенту, глубоко и прочно усвоившему программный материал, исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно его излагающему, в ответе которого тесно увязывается теория с практикой. При этом студент не затрудняется в ответе при видоизменении задания, свободно справляется с вопросами, правильно обосновывает принятые решения, владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических работ. Также учитывается систематическая работа на всех практических занятиях и лекциях, выполнение всех письменных заданий своевременно и в соответствии с предъявляемыми требованиями.

Оценка «хорошо» выставляется студенту, который твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его, который не допускает существенных неточностей в ответе на вопрос, правильно применяет творческие положения при решении практических вопросов, владеет необходимыми навыками и приемами их выполнения, а также систематически работает на лекциях и практических занятиях.

Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, который имеет знания только основного материала, но не усвоил его деталей, допускает неточности в формулировках принципов и понятий, нарушения в последовательности изложения программного материала и испытывает затруднения в выполнении практических работ. При этом у студента не должно быть задолженностей по всем видам занятий и заданий.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, который не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы, а также имеет задолженности по различным видам занятий и заданий.

Методические указания по изучению дисциплины для студентов

Приступая к изучению дисциплины необходимо предварительно ознакомиться с программой, чтобы получить правильное представление о дисциплине в целом: ее системе, тематическом содержании, круге вопросов по каждой теме, последовательности изложения материала.

Успех освоения дисциплины зависит от того, насколько регулярно студент работает над материалами. Студент обязан посещать практические занятия и консультации в соответствии с расписанием и графиком консультаций, выполнять домашние задания к практическим занятиям и творческие задания.

Методические указания по самостоятельной работе студентов

Общий объем времени, отводимой на самостоятельную работу, составляет 44 часа.

Подготовка к практическим занятиям, выполнение творческих заданий, подготовка докладов – 38 часов.

Подготовка к экзамену – 6 часов.

Всего 44 часа.

1. Подготовка к практическим занятиям предполагает не только освоение теоретического материала, но и написание докладов, тематических конспектов. Выполненное задание необходимо защитить на занятии и сдать конспект преподавателю. Наличие выполненных письменных заданий является условием допуска к зачету.
2. Подготовка к зачету предполагает изучение учебной литературы и практического и лекционного материала.

4. КОНТРОЛЬ ЗНАНИЙ

Виды текущего, промежуточного контроля, а также тематика проверочных работ, тестов, вопросов к зачету представлены в пункте «Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов».

Интерактивные технологии и инновационные методы, используемые в образовательном процессе

В преподавании дисциплины используются следующие методы : репродуктивный (составление конспекта лекции, конспектирование литературы), исследовательский (сбор и анализ материала), интерактивный (работа в малых группах, использование мультимедийных средств обучения, семинары в диалогом режиме, дискуссия, разбор конкретных ситуаций) .

Использование образовательных технологий в рамках аудиторных занятий:

Разделы (темы)	Активные формы
Уровни организации коммуникации	Проблемная лекция, разборка конкретных ситуаций
Коммуникативная личность	Лекция-дискуссия, микрогруппы
Межличностная, групповая и организационная коммуникация	Лекция-беседа, разборка конкретных ситуаций
Институты коммуникации	Проблемная лекция, анализ конкретных исследовательских работ
Методология и методы изучения коммуникативных процессов	Лекция-беседа, деловая игра
Итого	71,4 %

