Добавил(а) Социология
16.03.11 04:27 -

Социология коммуникаций

ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ

1. Цель курса - дать студентам целостное представление о теоретических принципах и практических способах применения методов социологии коммуникаций.

Цель данного курса состоит в том, чтобы дать теоретическое и методологическое обоснование взаимодействия социальных структур общества и коммуникативных систем различных уровней, а также выявить взаимосвязь факторов, обуславливающих адекватную передачу и восприятие социально значимой информации в межличностной и массовой коммуникации, рассмотреть современные теории информационного общества и показать значимость коммуникативных параметров в современной социологической теории - дать студентам целостное представление о теоретических принципах и практических способах применения методов социологии коммуникаций.

1. Задачи курса

• Обобщить и закрепить накопленные в предыдущих курсах знания по социологии коммуникаций, дополнить эти знания обобщениями нового порядка (например, от языковой политики к информационной политике)

• Познакомить с новыми теоретическими понятиями в социологии коммуникаций (уровни, типы коммуникации, институты коммуникации) и новыми теоретическими направлениями в исследовании коммуникации (гендерные различия в коммуникации и т.п.), новыми технологиями коммуникативного воздействия (НЛП-технологии)

• Дать теоретические представления об информационном обществе как обществе нового типа и показать роль коммуникативных процессов в обеспечении эффективного функционирования этого типа общества, раскрыть значение процессов коммуникации для управления обществом, успешного функционирования организаций разного типа, значение коммуникативной компетентности личности для ее социального успеха .

• Выработать практические навыки исследования коммуникативных процессов в обществе в контексте глобализации информационного пространства, познакомить с основными методами исследования коммуникативных процессов и привить практические навыки в области коммуникативного менеджмента.

2. Место курса в профессиональной подготовке выпускника

Данный базовый курс относится к дисциплинам специализации, является завершающим в цикле профилирующих курсов, посвященных проблемам социальной коммуникации. Курс формировался на основе междисциплинарного синтеза социологии с теми науками, которые имеют традицию исследования различных видов и форм социальных коммуникаций: семиотикой, информатикой, психологией, философией, лингвистикой, культурологией, этнографией, менеджментом. Курс опирается на уже полученные студентами знания по истории и теории социологии, социологии общественного мнения, гендерной социологии и рассматривает современные теоретические концепции информационного общества. В то же время курс соотнесен с читаемыми параллельно курсами массовая коммуникация, связи с общественностью, рядом спецкурсов (Итернет-социология, этносоциальные аспекты межкультурной коммуникации.

3. Требования к уровню освоения содержания курса
Студент обязан проявить глубокое знание теоретических источников, умение анализировать с учетом полученных знаний современную информационную политику, разрабатывать планы коммуникативного управления для конкретных типов организаций, диагностировать проблемы межличностного общения и предлагать рекомендации по их разрешению. Студент обязан хорошо знать основные методы исследования коммуникативных процессов и уметь применять их в своей практической деятельности.
В результате изучения данной дисциплины студент должен знать:
• историю возникновения и развития массовых коммуникаций в обществе;
• основные теоретические подходы к изучению социальных коммуникаций;
• основные понятия и категории социологии коммуникации;
• развитие проблем социальных коммуникаций в современной социологии;
• основные формы и уровни коммуникации;
• специфику коммуникативных технологий в различных сферах общества;
• особенности использования эмпирических методов изучения социальных коммуникаций.
Проверка качества усвоения знаний в течении семестра осуществляется путем контрольных работ и заданий по окончании лекционных тем, внеаудиторных бесед и написания курсовых и самостоятельных работ по дисциплине.
Итоговая аттестация по курсу осуществляется в форме экзамена, на котором проверяется усвоение теоретических и практических основ социологии коммуникаций
5. Содержание курса состоит из IV разделов, представленных примерным перечнем тем, которые могут быть отобраны в зависимости от конкретного учебного плана. Темы раскрывают суть дисциплины в соответствии со стандартами второго поколения. Курс дополняется перечнем контрольных вопросов и заданий для самостоятельной работы, примерной тематикой рефератов и курсовых работ, вопросами к зачету или экзамену и списком литературы по данной дисциплине.

РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ЧАСОВ КУРСА ПО ТЕМАМ И ВИДАМ РАБОТ

№ п/п Наименование тем и разделов Всего
(часов) Аудиторные занятия (час), в том числе Самостоятельная работа
Лекции Семинары
РАЗДЕЛ I СОЦИОЛОГИЯ КОММУНИКАЦИИ В СТРУКТУРЕ СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО ЗНАНИЯ
1 Технологические аспекты развития социальных коммуникаций 8 2 2 4
2 Становление социологии коммуникации как науки 8 2 2 4
3 Основные категории социологии коммуникации 8 2 2 4
РАЗДЕЛ II. СИСТЕМНОСТЬ КОММУНИКАЦИИ
4 Системность коммуникации Коммуникативные системы. 8 2 2 4
5 Уровни организации коммуникации. Семиотический уровень организации коммуникации. 8 2 2 4
6 Лингвистический и металингвистический уровни организации коммуникации. 8 2 2

4
7 Невербальная коммуникация. 8 2 2 4
8 Художественная коммуникация.
8 2 2 4
РАЗДЕЛ III. СОЦИОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ КОММУНИКАЦИИ.
9 Типы коммуникации. 8 2 2 4
10 Коммуникативная личность.
8 2 2 4
РАЗДЕЛ IV. ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЩЕСТВО И ЕГО ИНСТИТУТЫ
11 Информационное общество и глобализация коммуникативных процессов. 10 2 2 6
12 Информационное воздействие. Коммуникативный менеджмент. 8 2 2 4
13 Институты коммуникации. 8 2 2 4
14 Коммуникативная среда организации: структура и управление . 8 2 2 4
15 Методы изучения коммуникативных процессов. 6 2 - 4
ИТОГО: 120 30 28 62