

Социология коммуникаций. Темы лекций

Тема 1. Технологические аспекты развития социальных коммуникаций

Коммуникация как объект научного исследования. Обыденное и научное понимание коммуникации. Общие характеристики коммуникации. Онтологическая основа социальной коммуникации. Сущность, признаки и специфика межличностной коммуникации. Коммуникации в древних и традиционных культурах: дописьменные формы коммуникации. Коммуникация как способ организации социальной солидарности и социальной памяти.

Первая социо-коммуникативная революция: возникновение алфавита. Революция в печати: социально-экономические и технологические аспекты. Коммуникативная революция в индустриальном обществе: социально-культурные последствия изобретения и внедрения телеграфа, телефона, радио, телевидения.

Информационно-коммуникативное общество. Массовая компьютеризация и ее влияние на социальную динамику и стратификационные процессы. Интернет как социокультурный феномен. Массовая культура и культура масс-медиа. Особенности становления информационного общества в России.

Основные определения понятия социальные коммуникации Структура социальных коммуникаций: формы коммуникации (вербальная и невербальная), уровни коммуникации (внутриличностная, межличностная, групповая, публичная, массовая коммуникация), виды коммуникаций (бизнес-коммуникация, политическая коммуникация, коммуникация в культуре), функции социальной коммуникации. Основные подходы к изучению коммуникации в современной науке. Объект, предмет и функции общей теории коммуникаций. Цель, задачи и структура курса. Место и значение курса в подготовке социологов.

Тема 2. Становление социологии коммуникаций как науки

Социально-экономические и культурные причины возникновения социологии коммуникаций как нового направления в социологии. Предмет социологии коммуникаций. Этапы формирования социологии коммуникаций. Социология коммуникации как интегрирующая научная дисциплина. Междисциплинарные основания формирования предмета социологии коммуникаций. Взаимосвязь с другими науками: семиотикой, информатикой, философией, культурологией, этнологией, этнографией, психологией, лингвистикой, менеджментом.

Основные направления социологического изучения коммуникации: бихевиоризм, символический интеракционизм, феноменологическая социология, структурный функционализм. Методологические принципы этих направлений как потенциальная основа теории социальной коммуникации.

Развитие представлений о коммуникации в истории социально-философской мысли. Концепции коммуникации в философии XX в.: проблема коммуникации в экзистенциализме; диалогическая философия М. Бубера; герменевтическое направление (Ф. Шлейермахер, Г. Шпет, М. Хайдеггер и др.); проблема языка науки в логическом позитивизме; лингвистическая философия Л. Витгенштейна.

Лингвистические истоки теории коммуникации: социология языка как один из

источников социологии коммуникаций; Пражский лингвистический кружок; теория речевых актов; теория анализа дискурса.

Проблема коммуникации в истории социологии: представления о коммуникации в социологии Г. Тарда; символический интеракционизм, социально-драматургический подход, культурная антропология (Б. Малиновский); традиции феноменологической социологии в социальном конструктивизме (П. Бергер и Т. Лукман); этнометодология; теория коммуникативного действия Ю. Хабермаса; проблема коммуникации в социологии Н. Лумана.

Тема 3. Основные категории социологии коммуникаций

Базовые составляющие социологии коммуникации:

- а) социальные системы, структуры, институты, процессы;
- б) коммуникативные системы;
- в) виды, каналы и средства коммуникации, обеспечивающие передачу и восприятие информации с целью воздействия на общество и индивидов.

Различные подходы к обоснованию взаимодействия коммуникации и социальных структур, к пониманию социальной информации и ценностной Обоснование социального статуса как важнейшей категории коммуникации (Г.Дж.Мейн, М.Вебер, Ю.Хабермас, Т.М.Дридзе, А.Д.Швейцер и др.).

Общественная природа языка. Своеобразие языка как общественного явления. Функции языка. Понятие коммуникативного акта. Соотношение понятий «коммуникативный акт», «коммуникация», «коммуникационный процесс». Основные элементы коммуникативного акта и их характеристика. Понятие коммуникативной компетентности и ее слагаемые. Понятие социологической доминанты коммуникации. Основные группы социологических доминант коммуникации: стратификационная, ситуативная, оценочная и функциональная группы.

Понятие информации, ее характерные черты. Эволюция представлений об информации в науке. Социальная информация, ее специфика, источники, виды. Социальная информация в процессе управления обществом. Информатизация современного общества.

Тема 4. Системность коммуникации. Коммуникативные системы

Понятие системности в науке. Система, структура, классификация, таксономия, стратификация и типология как научные понятия. Понятие социально-коммуникативной системы, ее характерные черты и специфика. Критерии определения типов коммуникативных систем. Компоненты социально-коммуникативной системы и их взаимосвязь. Социальные факторы функционирования социально-коммуникативной системы.

Естественные коммуникативные системы и критерии их выделения. Свойства и особенности естественного человеческого языка как системы. Естественный язык и его место среди других знаковых систем.

Искусственные коммуникативные системы, их специфика и разновидности. Априорные, апостериорные, смешанные искусственные коммуникативные системы. Понятие международного языка. Эсперанто, его лингвистические особенности. Языки программирования, их специфика, уровни. Естественно-языковой компонент в языках программирования. Классы языков программирования. Информационные языки.

Общие и отличительные черты естественных и искусственных коммуникативных систем. Перспективы использования коммуникативных систем в реализации тенденции к системной интеграции информационных технологий. Создание мирового виртуального интерактивного пространства.

Тема 5. Уровни организации коммуникации. Семиотический уровень организации коммуникации

Критерии выделения уровней организации коммуникации. Лингвистический (языковой) уровень коммуникации. Вербальная основа языкового уровня коммуникации.

Паралингвистический (невербальный) уровень организации коммуникации.

Семиотический уровень коммуникации

Семиотика как наука. Философские истоки семиотики. Обоснование семиотики в трудах Ч. Пирса, Ф. де Соссюра, Ч. Морриса. Роль структурализма в развитии семиотики.

Тартуско-Московская школа, ее особенности и основные направления исследований.

Аспекты семиотики: синтактика, семантика, прагматика. Единство и взаимосвязь семиотических наук.

Семиотический уровень. Понятие знака (Ч.Пирс. Ч.Моррис). Типология знаков. Их сущность и функции. Социальная обусловленность знака. Общие характеристики семиотических систем. Понятие о синтактике, семантике и прагматике в семиотической теории.

Понятие знака. Свойства и структура знака. Типология знаков. Знак и значение.

Знаковая система, ее сущность и типы. Отношения знаков в знаковой системе. Основные семиотические закономерности. Понятие «текст» в семиотике. Семиотическое понимание коммуникации в культуре. Модели культурной коммуникации в семиотике.

Культура и информация. Культура как знаковая система.

Семиотическая теория кодов. Парадигма и синтагма. Коды в коммуникации как правила организации знаков и регуляторы поведения. Социальные коды. Типология кодов: презентационные и репрезентационные, сложные и простые, массовые и специальные, логические и условные.

Тема 6. Лингвистический и металингвистический уровни коммуникации

Лингвистический (языковой) уровень коммуникации. Вербальная основа языкового уровня коммуникации. Понимание речевых актов и их типология. Высказывание и

дискурс как коммуникативные единицы. Природа и специфика вербальной

коммуникации. Коммуникативная функция языка. Единство общения и познания в

процессе языковой коммуникации. Единицы языка и единицы коммуникации. Понимание

речевых актов и их типология. Высказывание и дискурс как коммуникативные единицы.

Понятие речевого акта. Свойства и составляющие речевого акта. Классификация

речевых актов. Косвенный речевой акт. Коммуникативная неудача и ее детерминанты.

Понятие высказывания. Высказывание и предложение. Основные свойства

высказывания. Коммуникативные особенности высказывания. Актуальное членение

предложения.

Понятие текста. Фундаментальные признаки текста. Текстуальность и ее условия ее

обеспечения. Лингвистические средства текстовой связи. Структура текста. Виды

текстов. Текстобразование, его сущность и закономерности.

Понятие дискурса. Истоки дискурсного анализа. Дискурс и текст. Свойства дискурса. Методологические основы и принципы анализа дискурса. Подходы к моделированию дискурса: ментальная модель (Ф. Джонсон-Лэрд), модель фреймов (М. Минский, Ч. Филмор), модель сценариев (Р. Шенк, Р. Абелсон), модель ситуаций (Т.А. Ван Дейк). Функциональные характеристики дискурса, существенные для социологии коммуникации. Тематическое поле, языковой код, регистр (тональность) и способ (канал) коммуникации – важнейшие структурные компоненты дискурса. Понятие метаязыка. Особенности и виды метаязыка. Специфика метаязыковой коммуникации. Понятия «метаречь» и «метасообщение». Метаязык и метакоммуникация в повседневном общении. Основная функция метаязыкового уровня. Специфика научного дискурса. Язык науки, его специфика и функции. Признаки и лингвистические особенности научной речи. Научная терминология.

Тема 7. Невербальная коммуникация

Понятие невербальной коммуникации. Природа невербальной коммуникации. Сознательное и бессознательное в невербальной коммуникации. Специфика и функции невербальной коммуникации. Основные каналы невербальной коммуникации: проксемика, кинесика, вокалика, физические характеристики, хаптика, хрономика, артефакты, ольфактика, эстетика. Проксемические зоны коммуникации: интимная, групповая, социальная, публичная. Основные принципы организации коммуникативного пространства.

Язык жестов и поз в коммуникации. Открытость и закрытость в межличностной коммуникации. Невербальные признаки напряжения в контексте. Основные причины нарушения коммуникативного контакта и способы его восстановления.

Эффект зеркального отражения в коммуникации. Глаза в коммуникативном контакте. Лево- и правополушарная асимметрия в невербальной коммуникации. Взаимодействие вербальных и невербальных средств коммуникации. Типы восприятия (визуальный, аудиальный и кинестетический) и их особенности в общении.

Речевая деятельность и ее виды: говорение, аудирование (слушание), чтение и письмо. Социальные факторы в речевой деятельности (правила и нормы речи, социальный контекст). Слушание как процесс. Соотношение вербальных, невербальных и контекстных сообщений в слушании. Понятие и технологии эффективного слушания.

Основные правила деловой вербальной коммуникации. Структура и особенности письменного сообщения. Структура и особенности устного сообщения. Использование невербальных параметров в создании имиджа делового человека (стиль одежды, цвет, голос, мимика и жесты и др.). Использование невербальной коммуникации в театре и политике.

Тема 8. Художественная коммуникация

Сущность художественной коммуникации. Специфика искусства как формы общения. Типы отношений в художественной коммуникации. Эстетическая информация. Язык искусства. Этапы художественной коммуникации.

Художественное восприятие: сущность и характерные черты. Механизмы и законы восприятия в художественной коммуникации. Понимание в художественной коммуникации. Понимание и интерпретация. Герменевтика как теория понимания художественного произведения.

Киноискусство как форма общения. Синтетический характер киноискусства. Язык кино и его специфика.

Тема 9. Типы коммуникации

Коммуникация как процесс обмена информацией. Каналы передачи информации.

Интраперсональная и интерперсональная коммуникация. Понятие межличностной коммуникации. Соотношение понятий «межличностная коммуникация» и «общение». Особенности и признаки межличностной коммуникации. Специфика обратной связи в межличностной коммуникации. Формы межличностного общения. Факторы и условия эффективности межличностной коммуникации.

Речевой этикет. Технологический прогресс и его влияние на характер межличностного общения (непосредственное общение, почта, телефон, телевидение, мировая интерактивная среда). Психологические аспекты межличностного общения. Понятие манипуляции.

Внутригрупповая и межгрупповая коммуникация. Типы малых групп. Семья и организация. Коммерческие и некоммерческие организации. Досуговые группы (объединения по интересам). Особенности циркуляции информации в малых группах. Обмен информацией между малыми группами. Внешняя и внутренняя среда межгруппового общения. «Лидеры мнений» и положение групп в информационном пространстве (периферия, лакуны – «теневые» группы, невостребованные социальные группы, центр социального пространства). Сущность и специфика политической коммуникации. Коммуникация и политическая система. Структура и функции политической коммуникации. Формы и способы политической коммуникации. Модели политической коммуникации. Понятие политической информации. Специфика, задачи и функции политической информации. Характеристики политической информации. Роль политической информации в управлении обществом. СМИ как канал политико-идеологического воздействия и политической пропаганды. Взаимоотношения средств массовой коммуникации и власти. СМИ как инструмент политической власти. Влияние СМИ на политический процесс. Изменение форм политической коммуникации в современном обществе.

Массовая коммуникация как социальное явление и процесс. Лидеры общественной мысли. Пропагандистские модели. Контрпропагандистские модели. Модель "спирали молчания". Модель телевизионной коммуникации. Знаки в телевидении. Прикладные модели коммуникации. Религиозная коммуникация. Деловая коммуникация. Психоанализ и психотерапия. Рекламная коммуникация. Риторика. Теория аргументации. Написание речей и профессия "спичрайтера".

Тема 10. Коммуникативная личность

Понятие речи. Речь и язык. Психофизиологические основы речи. Свойства речи.

Коммуникативные качества речи. Индивидуальный характер речи. Виды речи: устная и письменная речь. Разговорная речь, ее специфика. Монолог, его лингвистические особенности, принципы построения. Диалог: специфика и структура.

Понятие коммуникативной личности. Обоснование понятия «языковая личность» в социологическом аспекте (Ж.Пиаже, Л.Колберг, Т.Парсонс, Ч.Кули, Дж.Мид, Ю.А.Сорокин). «Языковое существование» как одна из важнейших сфер деятельности человека. Структура «языковой личности». Вербально-семантические, когнитивные и

прагматические характеристики языковой личности в модели Ю.Н.Караулова. «Индивидуальная языковая личность» и «коллективная языковая личность». Социальные характеристики коммуникантов. Коммуникативная личность и параметры ее моделирования. Параметры коммуникативной личности: мотивационный, когнитивный, функциональный. Потребность личности в общении. Социально-психологические качества личности в общении. Коммуникативная компетентность. Социально-коммуникативные роли личности. Стиль общения, его сущность и характерные черты. Типология стилей общения личности. Индивидуальный стиль общения, его психофизиологические и социальные основы. Формирование индивидуального стиля общения личности. Гендерные аспекты коммуникации. Пол как заданная характеристика коммуникативной личности. Современные исследования влияния гендерных различий на характер когнитивных процессов и связанное с этим коммуникативное поведение личности. Мужской и женский типы коммуникации (структурирование информации, отсева важной/незначимой информации, эмоциональность общения, детализированность изложения, темп речи и т.п.). Темпы развития коммуникативной активности у мальчиков и девочек. Коммуникативная диагностика девиантного поведения.

Тема 11. Информационное общество и глобализация коммуникативных процессов

Понятие и характерные черты информационного общества. Анализ информационного общества в работах представителей парадигмы постиндустриализма (Дж. Гэлбрейт, Д. Белл, О. Тоффлер, М. Кастельс и др.). Российские концепции постиндустриального общества (В.Л. Иноземцев, С.Л. Афанасьев, Н.Н. Моисеев). Роль информационных процессов в современном обществе. Информационный империализм. Футурологические прогнозы и социальная реальность информационного общества. Позитивные и негативные последствия компьютеризации: коммуникативный аспект. Влияние средств коммуникации на изменение способа мышления и форм общественной организации (идеи «глобальной деревни» и «мозаичного мышления» Г. Маклюэна и теория «сетевых отношений» М. Кастельса).

Глобализация информационно-телекоммуникационных процессов в современном мире. Общение в глобальном информационном пространстве и его последствия. Социально-психологические и социально-политические аспекты информационной безопасности. Формирование новых социальных общностей и технологии организации социального взаимодействия через глобальные информационные сети. Трансформация системы современных СМИ.

Информационная политика и ее роль в современном обществе, в реализации политики государства. Информационные потоки в обществе. Управление и интеграция информационными потоками. Эффективность информационной политики.

Информационная политика государства и образование. Международная информация. Феномен Интернет: философско-исторический, организационно-управленческий, этико-правовой, социальный и психологический аспекты. Отличительные признаки Интернет. Основные решения и термины, их функции. Области применения Интернет. Развитие Интернет как фактор социального и регионального неравенства в обществе. Проблема Интернет - коммуникации в теориях информационного общества. Интернет как коммуникативная система. Информационно-коммуникативные функции Интернет. Интернет- коммуникация как способ социализации и самореализации личности.

Тема 12. Информационное воздействие. Коммуникативный менеджмент

Коммуникативные кампании. Политические технологии: основные понятия. Перформанс: основные понятия. Связи с общественностью: основные понятия. Религиозные технологии. Модели коммуникативных кампаний. Роль аудитории в планировании кампании. Коммуникативные кампании для различных сегментов общества. Коммуникативные кампании в разных профессиональных сферах. Коммуникативные кампании в разные исторические периоды. Коммуникативный менеджмент как разновидность управления социальными процессами. Профессионально-важные качества коммуникативного менеджера. Коммуникативная компетентность специалиста в области коммуникативного менеджмента. Прикладные модели коммуникации. Техника нейролингвистического программирования. Понятие манипуляции. Техника и приемы манипуляции информационными потоками. Манипулятивное воздействие на массовое сознание и общественное мнение. Понятие информационной войны. Психологическая составляющая информационной войны. Информационная угроза. Стратегия информационной войны. Последствия информационной войны.

Тема 13. Институты коммуникации

Образование как институт коммуникации. Общественная политика в области образования. Педагогический дискурс. Формирование коммуникативной компетентности. Кризис коммуникативной компетентности в современном российском обществе. Понятие научной коммуникации. Специфика, компоненты и формы коммуникации в науке. Научно-техническая информация, научно-техническая деятельность, научное знание. Роль научной коммуникации в развитии науки и образования.

Библиотека как институт коммуникации.

Политические коммуникации. Информационно-коммуникационные процессы в сфере политики. Теории политических коммуникаций. Уровни информационно-коммуникационных процессов. Информационно-коммуникационные поля и системы в пространстве политики.

Немаркетинговые способы организации политического дискурса: пропаганда, агитация. Маркетинговые способы организации политического дискурса: PR, реклама, имиджмейкинг. Синтетические способы организации политической коммуникации: смеховая и кризисная коммуникация.

Интернет в политике. Политический генезис Интернета. Политическая роль Интернет - технологий. Электронное правительство.

Тема 14. Коммуникативная среда организации : структура и управление

Специфика и элементы коммуникационного процесса в организациях. Коммуникация и социальная структура организаций. Виды и уровни коммуникации в организациях. Использование коммуникативных сетей. Роль коммуникации в управлении организацией.

Внутренняя и внешняя среда организации. PR как инструмент управления коммуникативными процессами. Структура PR-отдела организации.

Профессионально-важные качества сотрудников PR-отделов.

Понятие корпоративной культуры. Методы формирования имиджа организации и ее лидера. Публичные акции ПР. Технологии ПР в конфликтной ситуации. . Бизнес - коммуникации.

Основные виды бизнес - коммуникаций: ПР, реклама и маркетинг. Отличия ПР, рекламы и маркетинга как видов деятельности и специфика их областей воздействия (общественность, целевая аудитория, рынок).

Характеристика основных направлений ПР: работа со СМИ, отношения с потребителями, отношения с партнерами, работа с собственным персоналом, отношения с местной общественностью, отношения с органами управления, отношения с инвесторами, управление кризисными ситуациями.

Специфика рекламной коммуникации. Социологические методы изучения целевой аудитории. Мотивационный анализ в рекламе. Психологические аспекты в рекламе. Семиотические аспекты в рекламе (знак, символ, цвет, слоган).

Современный маркетинг: основные тенденции развития. Социально-этический маркетинг. Понятие маркетинговых коммуникаций. Сетевой маркетинг: особенности межличностной и групповой коммуникации. Феномен интегрированных бизнес - коммуникаций: причины эффективности. Понятие бренда.

Коммуникативные технологии и массовая культура. Приемы самомаркетинга. Имидж в массовой культуре.

Универсальные коммуникативные технологии: сегментация, присоединение, дистанцирование, позиционирование и др.

Тема 15. Методы изучения коммуникативных процессов

Использование методов общей социологии в социологии коммуникаций (анкетирование, включенное наблюдение, корреляционный анализ и т.п.). Особенности адаптации данных методов к коммуникации как предмету исследования (на примере социолингвистической анкеты).

Методы социологических исследований массовой коммуникации. Роль контент-анализа в исследовании текстов СМИ. Мотивационный анализ. Когнитивное картирование и оперативное кодирование. Нарративный анализ. Ролевой анализ. Дискурс-анализ как метод исследования социальной коммуникации. Качественные методы в социологии коммуникаций. Глубинное интервью и фокус-группы и их место в социологии коммуникаций. Работа с экспертами. Мотивационный анализ. Анализ политических текстов.