

## **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 (Интернет-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