МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Воронежский государственный технический университет»

Кафедра философии, социологии и истории

СОЦИАЛЬНЫЕ КОММУНИКАЦИИ

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ

к организации практической работы
для магистрантов всех специальностей и форм обучения

Воронеж 2021

УДК 316.77(07)
ББК 60.5я73

Составители: д-р. ист. наук Е. А. Волкова,
канд. ист. наук Л. И. Маслихова,
канд. филос. наук Е. В. Фролова

Социальные коммуникации: методические указания по организации практической работы для магистрантов всех специальностей и форм обучения / ФГБОУ ВО «Воронежский государственный технический университет»; сост.: Е. А. Волкова, Л. И. Маслихова, Е. В. Фролова. Воронеж: Изд-во ВГТУ, 2021. 33 с.

Методические указания по организации практической работы для магистрантов включают в себя перечень вопросов для практического занятия по каждой теме, темы рефератов, перечень литературы для подготовки к практическому занятию, вопросы итогового контроля, задания для решения стандартных задач и задания для решения прикладных задач.

Предназначены для магистрантов всех специальностей и форм обучения.

Методические указания подготовлены в электронном виде и содержатся в файле МУ_СК.pdf.

Библиогр.: 24 назв.

УДК 316.77(07)
ББК 60.5я73

Рецензент – Р. В. Дорохина, канд. филос. наук, доцент кафедры философии, социологии и истории ВГТУ

Издается по решению редакционно-издательского совета Воронежского государственного технического университета

ВВЕДЕНИЕ

Целью дисциплины «Социальные коммуникации» является ознакомление с историей развития различных теорий массовой коммуникации как видом деятельности и социальным процессом, а также современными теориями коммуникаций и практикой их осуществления.

Освоение дисциплины «Социальные коммуникации» способствует ***решению следующих задач***:

— ознакомление обучающихся с историческими вехами возникновения и развития коммуникационных каналов и средств в обществе;

— изучение типов, видов, функций, форм, моделей и структурных компонентов коммуникации;

— изучение процесса информационного обмена, происходящего в социальных организациях и в обществе в целом;

— ознакомление со спецификой коммуникаций в различных сферах социальной жизни, особенностями формирования информационной культуры, освоения этических норм и методов исследования коммуникации.

В результате освоения дисциплины обучающиеся должны**:**

Знать

— основы теории коммуникации;

— теорию и технологии межкультурного взаимодействия;

— структуру и содержание системы коммуникации (механизм производства информации, кодирования, распространения, приёма, декодирования и использования информации);

— механизмы взаимодействия коммуникантов и реципиентов (коммуникативную деятельность людей, обусловленную рядом социально значимых оценок, конкретными ситуациями, спецификой коммуникативных сфер и норм общения, принятых в обществе)

Уметь**:**

— применять полученные в ходе обучения навыки анализа информационно-коммуникационных процессов на практике;

— проводить аналитическую переработку информации;

— ориентироваться в коммуникационных потоках и системах;

— определять коммуникационные потребности различных реципиентов и целевые устамииновки различных коммуникантов;

— ориентироваться в литературе по социально-коммуникационной проблематике и пользоваться специальной терминологией;

— осуществлять социальные и профессиональные коммуникации

Владеть:

— навыками анализа социально значимых проблем, методами информационной диагностики;

— навыками моделирования и прогнозирования информационной ситуации;

— технологией межкультурного взаимодействия.

В процессе освоения дисциплины, обучающиеся ***получают целостное научное представление:***

— об исторических вехах возникновения коммуникации в социуме, основных научных школах, направлениях, концепциях теории коммуникации, категориальном и понятийно-терминологическом аппарате, методологии исследования;

— об особенностях различных уровней коммуникационных процессов, прежде всего, межличностном, специализированном и массовой коммуникации;

— о коммуникации как о процессе, где рассматриваются производство информации, мультипликация, распространение, приём, использование информации;

— о коммуникации как структуре, которая состоит из следующих элементов коммуникативной цепи: коммуникатор, содержание, аудитория; влияние каждого звена на эффективность коммуникации;

— о влиянии на содержание сферы производства информации и сферы её потребления;

— об аудитории коммуникации и её объективных и субъективных характеристиках;

— о факторах и барьерах коммуникации: психологических, языковых, социальных;

— о понятии эффективности коммуникации.

ТЕМА 1. ПРЕДМЕТ, СТРУКТУРА, ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ «СОЦИАЛЬНЫЕ КОММУНИКАЦИИ»

Вопросы по теме

1. Категории и понятия науки о социальных коммуникациях.
2. Эволюция социальных коммуникаций.

3. Уровни коммуникационной культуры: словесная культура, книжная культура, мультимедийная культура.

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

5. Социальная коммуникация как отрасль коммуникации и учебная дисциплина.

6. Основные составляющие социальной коммуникации.

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

8. Социальная коммуникация как движение смыслов в социальном времени и пространстве.

9. Проблематика социальной коммуникации в социологии, социальной психологии.

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

Темы рефератов

1. Категории и понятия науки о социальных коммуникациях.
2. Социальная коммуникация как объект и предмет научного познания.
3. Коммуникационная деятельность и общение.
4. Основные направления исследования социальной коммуникации.
5. Поиск новых подходов к изучению социальной коммуникации.
6. Основные эмпирические методы изучения социальных коммуникаций.
7. Отличие понятий социология коммуникации и социальная коммуникация. Дисциплины, изучающие коммуникативные процессы.

8. Онтологический, гносеологический, методологический аспекты социальной коммуникации.

Литература для подготовки к практическим занятиям

1. Основы теории коммуникации: учебник / под ред. М. А. Василика. – М.: Гардарики, 2007. – 615 с.

2. Назаров, М. М. Массовая коммуникация и общество. Введение в теорию и исследования / М. М. Назаров. – М.: Российская академия наук, Институт социологии, 2010. – 354 с.

3. Науменко, Т. В. Социология массовой коммуникации: учеб. пособие для вузов / Т. В. Науменко. – СПб.: Питер, 2005. – 288 с.

4. Нахимова, Е. А. Основы теории коммуникации: учеб. пособие / Е. А. Нахимова, А. П. Чудинов. – М.: Флинта, 2015. – 164 с.

5. Черных, А. И. Социология массовых коммуникаций: учеб. пособие / государственный университет высшей школы экономики / А. И. Черных. – М.: ГУ ВШЭ, 2008. – 451 с.

ТЕМА 2. РАЗВИТИЕ ТЕОРИЙ ИНФОРМАЦИИ И КОММУНИКАЦИИИ

Вопросы по теме

1. Классическая парадигма коммуникации (Г. Лассуэл).
2. Новая коммуникативная стратегия.
3. Функциональный подход в исследовании сущности массовой информации.
4. Теория массового общества.
5. Теория эгалитарной массовой коммуникации.
6. Структурные направления в исследовании массовой коммуникации.
7. Современный социокультурологический подход к пониманию массовой информации.
8. Концепция свободного потока информации.
9. Культурологическая теория коммуникации.
10. Теория коммуникативной компетентности.
11. Теории массовой коммуникации в отечественных и зарубежных исследованиях.
12. Массовая коммуникация и сфера общественных связей и отношений.
13. Моделирование массовой коммуникации, особенности структурных элементов массовой коммуникации.

Темы рефератов

1. Концепции информации в современной науке.
2. Социальная информация в современном мире.
3. Информационный процесс как сущностная основа социальных коммуникаций.
4. Место коммуникации в концепции Ю. Хабермаса.
5. Теория коммуникации Т. М. Дридзе.
6. Общая теория знаков Ч. Пирса и Ч. Морриса.
7. Основные понятия семиосоциопсихологической теория социальной коммуникации как текстовой деятельности.
8. Общенаучные и частнонаучные методы изучения социальной коммуникации.

Литература для подготовки к практическим занятиям

1. Нахимова, Е. А. Основы теории коммуникации: учеб. пособие / Е. А. Нахимова, А. П. Чудинов. – М.: Флинта, 2015. – 164 с.
2. Бакулев, Г. П. Массовая коммуникация. Западные теории и концепции: учеб. пособие для вузов / Г. П. Бакулев – М.: Аспект Пресс, 2005. – 176 с.
3. Основы теории коммуникации: учебник/ под ред. М. А. Василика. – М.: Гардарики, 2007. – 615 с.
4. Миннуллина, Э. Б. Теория коммуникации с элементами семиотики / Э. Б. Миннуллина, Э. А. Тайсина. – Казань, КГЭУ, 2003. – 322 с.
5. Шарков, Ф. И. Коммуникология: основы теории коммуникации: учебник для бакалавров / Ф. И. Шарков. – М.: Дашков и К, 2016. – 488 с.

ТЕМА 3. ИНФОРМАЦИОННАЯ ОСНОВА СОЦИАЛЬНЫХ КОММУНИКАЦИЙ

Вопросы по теме

1. Информационный процесс как сущностная основа социальных коммуникаций.
2. Информационная основа социальной коммуникации.
3. Производство информации, мультипликация, кодирование, распространение, приём, декодирование, использование информации.
4. Прохождение информации по составным звеньям коммуникативной цепи: коммуникатор, канал коммуникации, аудитория (реципиент).

5. Обеспечение процесса социальной коммуникации. Обмен информацией по заранее установленным правилам.

6. Общение как обмен информацией.

7. Понятие информационной доминанты коммуникации. Виды доминант.

8. Аргументация в информационно-коммуникативном процессе.

9. Доказательство, подтверждение, оправдание, объяснение, интерпретация, возражение как элементы коммуникативного процесса.

10. Стратификационные доминанты: социальный статус коммуникантов, социальная дифференциация, социальная интеграция, социальная интерференция.

11. Ситуативные доминанты: коммуникативные роли, коммуникативная сфера, коммуникативная ситуация, коммуникативная установка.

12. Оценочные доминанты: ценностная ориентация, оценочная информация, оценка партнёра, самооценка, социальный стереотип.

13. Функциональные доминанты: апеллятивная, побудительная, волеизъявительная, ритуальная, перформативная, самопрезентационная.

Темы рефератов

1. Движение социальной информации в обществе.
2. Коммуникационные потребности: формирование и развитие.
3. Личностные коммуникационные потребности.
4. Групповые социально-коммуникационные потребности.
5. Развитие общественных информационно-коммуникационных потребностей.
6. Социальная память: вопросы теории и практики.
7. Сущность и основные компоненты современных коммуникаций.
8. Функции коммуникации в современном информационном социуме.

Литература для подготовки к практическим занятиям

1. Основы теории коммуникации: учебник / под ред. М. А. Василика. – М.: Гардарики, 2007. – 615 с.

2. Нахимова, Е. А. Основы теории коммуникации: учеб. пособие / Е. А. Нахимова, А. П. Чудинов. – М.: Флинта, 2015. – 164 с.

3. Шарков, Ф. И. Коммуникология. Социология массовой коммуникации: учеб. пособие / Международная академия бизнеса и управления, Институт со-

временных коммуникационных систем и технологий / Ф. И. Шарков. – Альтехсофт «Издательство Шаркова», 2010. – 318 с.

4. Шарков, Ф. И. Коммуникология: основы теории коммуникации: учебник для бакалавров / Ф. И. Шарков. – М.: Дашков и К, 2016. – 488 с.

5. Ворошилов, В. В. Теория и практика массовой информации: учебник / В. В. Ворошилов – СПб.: Изд-во Михайлова В. А., 2006. – 434 с.

ТЕМА 4. СОДЕРЖАНИЕ И СРЕДСТВА СОЦИАЛЬНОЙ КОММУНИКАЦИИ

Вопросы по теме

1. Понятие знака. Типологии знаков.
2. Знак как средство передачи информации различного рода: компоненты значения знака.
3. Символьная коммуникация. Социальные символы.
4. Содержание и средства речевой коммуникации.
5. Вариативность языка (лингвистическое, информационно-содержательное, коммуникативное).
6. Семиотические особенности различных коммуникативных систем.
7. Понятие системности. Система языка и коммуникативные системы.
8. Виды коммуникативных систем.
9. Коммуникативная, интерактивная, перцептивная стороны общения.
10. Гуманистический, ритуальный, манипулятивный подход к коммуникационной деятельности: цели, социально-психологические механизмы.
11. Индивидуальное и социальное вобщении.

Темы рефератов

1. Особенности развития устной коммуникации.
2. Развитие электронной коммуникации в России.
3. Эволюция социальных коммуникаций.
4. Семиотика социальной коммуникации.
5. Виды невербальных коммуникативных средств.
6. Технологии организации социального взаимодействия через глобальные информационные сети.
7. СМИ как институт коммуникации.
8. Реклама как институт коммуникации.

Литература для подготовки к практическим занятиям

1. Основы теории коммуникации: учебник / под ред. М. А. Василика. – М.: Гардарики, 2007. – 615 с.

2. Гойхман, О. Я. Речевая коммуникация: учебник для студентов вузов / О. Я. Гойхман, Т. М. Надеина; под ред. О. Я. Гойхмана. – М.: ИНФРА-М, 2001. – 269 с.

3. Анисимова, Е. Е. Лингвистика текста и межкультурная коммуникация (на материале креолизованных текстов: учеб. пособие для студентов / Е. Е. Анисимова. – М.: Academia, 2004. – 122 с.

4. Мрочко, Л. В. Теория и практика массовой информации: учеб. пособие / Л. В. Мрочко. – М.: Флинта: МПСИ, 2006. – 239 с.

5. Квиллиам, С. Тайный язык жеста и взгляда / Пер. с англ. К. Е. Соловьева. – М.: Ниола-Пресс, 2004. – 143 с.

6. Конушкина, А. О. Современные коммуникации: организационный подход / А. О. Конушкина, А. В. Федорова // Инновационная наука. – 2015. – № 3. – С. 247-252.

ТЕМА 5. МЕХАНИЗМЫ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ КОММУНИКАНТОВ И РЕЦИПИЕНТОВ В СОЦИАЛЬНОЙ СРЕДЕ

Вопросы по теме

1. Коммуникативная личность.
2. Коммуникативная компетентность.
3. Структурные компоненты коммуникации: адресант (коммуникатор), адресат (реципиент), сообщение (информация), код, канал, ситуация, реакция (эффективность).
4. Коммуникативные роли и обмен информацией в коммуникативной сфере.
5. Способы воздействия в межличностной коммуникации.
6. Механизмы и условия, обеспечивающие эффективность межличностной коммуникации.
7. Роли коммуникантов в процессе обмена информацией. Мотивированность действий коммуникантов.
8. Личность в системе коммуникации. Различные подходы к определению структуры личности.
9. Понятие языковой личности: вербально-семантический, лингвокогнитивный, мотивационные уровни.

10. Параметры коммуникативной личности: мотивационный, когнитивный, функциональный.

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

12. Реакция аудитории на коммуникативное послание.

Темы рефератов

1. Современные исследования межличностной коммуникации.
2. Особенности циркуляции информации в малых группах.
3. Коммуникативная личность и параметры ее моделирования.
4. Современные исследования влияния гендерных различий на характер когнитивных процессов и коммуникативное поведение личности.
5. Психологические аспекты межличностного общения.
6. Образы коммуникаторов.
7. Особенности социальной коммуникации в социально ориентированном управлении.
8. Две коммуникативных стратегии: воздействие - взаимодействие.

Литература для подготовки к практическим занятиям

1. Основы теории коммуникации: учебник / Под ред. М. А. Василика. – М.: Гардарики, 2007. – 615 с.

2. Нахимова, Е. А. Основы теории коммуникации: учеб. пособие / Е. А. Нахимова, А. П. Чудинов. – М.: Флинта, 2015. – 164 с.

3. Шарков, Ф. И. Коммуникология: основы теории коммуникации: учебник для бакалавров / Ф. И. Шарков. – М.: Дашков и К, 2016. – 488 с.

4. Мрочко, Л. В. Теория и практика массовой информации: учеб. пособие / Л. В. Мрочко. – М.: Флинта: МПСИ, 2006. – 239 с.

5. Назаров, М. М. Массовая коммуникация и общество. Введение в теорию и исследования / М. М. Назаров. – М.: Российская академия наук, Институт социологии, 2010. – 354 с.

6. Конушкина, А. О. Современные коммуникации: организационный подход / А. О. Конушкина, А. В. Федорова // Инновационная наука. – 2015. – № 3. – С. 247-252.

ТЕМА 6. СОЦИАЛЬНО-КОММУНИКАЦИОННЫЕ ИНСТИТУТЫ

Вопросы по теме

1. Коммуникации в различных сферах жизнедеятельности человека.
2. Коммуникационные средства.
3. Происхождение и виды социально-коммуникационных служб, систем и институтов.
4. Сущностные и прикладные функции социально-коммуникационных явлений.
5. Связи с общественностью (PR) как вид коммуникации.
6. Коммуникации в государственных и общественных структурах.
7. Коммуникации в различных отраслях социальной сферы: образовании, культуре и др.
8. Офисная коммуникация. Особенности рекламной коммуникации.
9. Стихийные коммуникации и процессы обмена информацией.
10. Средства коммуникации. Несловесные (персональные, устные и др.) письменные (персональные, групповые и др.) средства коммуникации.

Темы рефератов

1. Современные социально-коммуникационные институты.
2. Развитие социально-коммуникационных институтов в России и за рубежом.
3. Основные этапы развития массовых коммуникаций в обществе: технологические, социально-экономические и культурные аспекты.
4. Информационно-коммуникативное общество. Социальные последствия массовой компьютеризации.
5. Системный подход к коммуникациям. Коммуникативные системы.
6. Образование как институт коммуникации.
7. Коммуникации в современных социальных организациях.
8. Коммуникации в информационном обществе.

Литература для подготовки к практическим занятиям

1. Основы теории коммуникации: учебник / Под ред. М. А. Василика. – М.: Гардарики, 2007. – 615 с.

2. Подгурецкий, Ю. Социальная коммуникация / Ю. Подгурецкий. – М.: Гелиос АРВ, 2003. – 159 с.

3. Шарков, Ф. И. Коммуникология: основы теории коммуникации: учебник для бакалавров / Ф. И. Шарков. – М.: Дашков и К, 2016. – 488 с.

4. Мрочко, Л. В. Теория и практика массовой информации: учеб. пособие / Л. В. Мрочко. – М.: Флинта: МПСИ, 2006. – 239 с.

5. Назаров, М. М. Массовая коммуникация и общество. Введение в теорию и исследования / М. М. Назаров. – М.: Российская академия наук, Институт социологии, 2010. – 354 с.

6. Грушевицкая, Т.Г. Основы межкультурной коммуникации=Basics of intercultural communication: учебник для студ. вузов / Т. Г. Грушевицкая, В. Д. Попков, А. П. Садохин; под ред. А. П. Садохина. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2003. – 352 с.

ТЕМА 7. ОСНОВЫ ДЕЛОВОЙ КОММУНИКАЦИИ.

Вопросы по теме

1. Деловые коммуникации и их особенности.
2. Виды и формы деловых коммуникаций.
3. Структура деловой коммуникации.
4. Критерии оценки эффективности деловой коммуникации.
5. Факторы повышения эффективности деловой коммуникации.
6. Принципы конструктивных деловых коммуникаций.
7. Коммуникативная личность.
8. Самопрезентация в деловой коммуникации.
9. Логико-диалогические технологии коммуникационного воздействия.
10. Манипулятивные технологии коммуникационного воздействия.
11. Суггестивные технологии коммуникационного воздействия.
12. Коммуникативные барьеры в деловой коммуникации и пути их преодоления.

Темы рефератов

1. Межкультурная коммуникация.
2. Особенности деловой коммуникации.
3. Информационная культура личности.
4. Социально-психологические отношения и коммуникативная компетентность.

5. Деловые коммуникации в контексте эффективных способов разрешения конфликтов в современном деловом обществе.

6. Специфика политических коммуникаций.

7. Невербальные средства в деловой разговорной практике.

8. Теория аргументации и тактика переговорных отношений.

Литература для подготовки к практическим занятиям

1. Основы теории коммуникации: учебник / Под ред. М. А. Василика. – М.: Гардарики, 2007. – 615 с.

2. Подгурецкий, Ю. Социальная коммуникация / Ю. Подгурецкий. – М.: Гелиос АРВ, 2003. – 159 с.

3. Гришаева, Л. И. Стратегии успеха и факторы риска в межкультурной коммуникации: колективная монография / Воронеж. межрегион. ин-т обществ. наук; сост., авт. коммент. и введ., науч. ред. Л. И. Гришаева, Л. В. Цурикова. – М.: Академия, 2007. – 336 с.

4. Громова, Н. М. Деловое общение: монография / Н. М. Громова; Всерос. акад. внешней торговли. – М.: Экономистъ, 2005. – 134 с.

5. Назаров, М. М. Массовая коммуникация и общество. Введение в теорию и исследования / М. М. Назаров. – М.: Российская академия наук, Институт социологии, 2010. – 354 с.

6. Копнина, Г. А. Речевое манипулирование / Г. А. Копнина. – М.: Флинта: Наука, 2007. – 176 с.

ТЕМА 8. КОНФЛИКТОЛОГИЯ В СОЦИАЛЬНЫХ КОММУНИКАЦИЯХ

Вопросы по теме

1. Коммуникация в кризисных и конфликтных ситуациях.
2. Понятие конфликта, его структура и типы.
3. Социальные конфликты, их природа и сущность.
4. Понятие социального конфликта. Классы социальных конфликтов.
5. Межличностные и межгрупповые конфликты.
6. Экономические, социальные, психологические аспекты конфликтов.
7. Прогнозирование и разрешение конфликтов.
8. Исторические формы предупреждения и урегулирования социальных конфликтов.
9. Современные подходы к урегулированию социальных конфликтов и легитимации решений.

10. Стратегия и тактика поведения в конфликте. конфликтного поведения.

11. Конфликтное поведение и пути его преодоления.

Темы рефератов

1. Основные причины нарушения коммуникативного контакта и способы его восстановления.
2. Категория «толерантности» и налаживание межкультурного общения.
3. Бытовые, этнические и конфессиональные стереотипы и проблема межкультурного общения.
4. Барьеры коммуникации.
5. Манипулятивные технологии в системах массовой коммуникации.
6. Условия эффективности межличностной коммуникации.
7. Коммуникативные конфликты и способы их разрешения.
8. Моделирование массовой коммуникации.

Литература для подготовки к практическим занятиям

1. Основы теории коммуникации: учебник / Под ред. М. А. Василика. - М.: Гардарики, 2007. - 615 с.

2. Подгурецкий, Ю. Социальная коммуникация / Ю. Подгурецкий. - М., Гелиос АРВ, 2003.- 159 с.

3. Садохин А. П. Межкультурная коммуникация учеб. пособие по дисц. "Культурология" [для студентов вузов] /А. П. Садохин.- М., АЛЬФА-М : ИНФРА-М, 2000.- 288 с.

4. Назаров, М. М. Массовая коммуникация и общество. Введение в теорию и исследования / М. М. Назаров. – М. : Российская академия наук, Институт социологии, 2010. – 354 с.

5. Копнина, Г. А. Речевое манипулирование / Г. А. Копнина. – М.: Флинта: Наука, 2007. – 176 с.

ТЕМА 9. ЭТИКА И КУЛЬТУРА В СОЦИАЛЬНЫХ КОММУНИКАЦИЯХ

Вопросы по теме

1. Коммуникационные аспекты эволюции культуры.
2. Информация как передача когнитивной, волюативной и экспрессивной культуры.

3. Культура восприятия, потребления и распространения информации.

4. Этические аспекты социальной коммуникации.

5. Совместимость партнёров как коммуникативных личностей, адекватное восприятие смысловой и оценочной информации, воздействие через убеждение.

6. Межкультурная коммуникация.

7. Коммуникация как культурно обусловленный процесс.

8. Стереотип в межкультурной коммуникации. Понятие и сущность стереотипа.

9. Функции и значение стереотипов в межкультурной коммуникации.

10. Сохранение и передача социально-культурного наследия.

Темы рефератов

1. Этика в социальных коммуникациях.
2. Этикет и межличностное общение.
3. Нравственно-правовые аспекты информационно-коммуникационной среды.
4. Структура делового общения.
5. Элементы делового этикета: публичная речь и ее особенности.
6. Нормы делового этикета для проведения переговоров.
7. Характерные черты этики делового общения в современной России.
8. Коммуникация и общение в деловой жизни: формальное и неформальное.

Литература для подготовки к практическим занятиям

1. Основы теории коммуникации: учебник / Под ред. М. А. Василика. – М.: Гардарики, 2007. – 615 с.

2. Подгурецкий, Ю. Социальная коммуникация / Ю. Подгурецкий. – М.: Гелиос АРВ, 2003. – 159 с.

3. Суховершина, Ю. В. Тренинг коммуникативной компетенции / Ю. В. Суховершина, Е. П. Тихомирова, Ю. Е. Скоромная. – М.: Академический проект: Трикста, 2001. – 112 с.

4. Тхорик, В. И. Лингвокультурология и межкультурная коммуникация: учеб. пособие для студентов вузов / В. И. Тхорик, Н. Ю. Фанян. – М.: ГИС., 2000. – 260 с.

5. Назаров, М. М. Массовая коммуникация и общество. Введение в теорию и исследования / М. М. Назаров. – М.: Российская академия наук, Институт социологии, 2010. – 354 с.

6. Харрис, Р. Психология массовых коммуникаций / Пер. С. Рысев, Л. Орданская; ред. Д. Гиппиус. – СПб.: Прайм-ЕВРОЗНАК: ОЛМА-ПРЕСС, 2005. – 448 с.

ВОПРОСЫ ИТОГОВОГО КОНТРОЛЯ

1. Предмет, и базовые аспекты теории коммуникации.

2. Сущность и основное содержание понятий «общение», «коммуникация», «речевая деятельность» в теории коммуникации.

3. Коммуникативные революции — изобретение письменности, изготовление печатного станка, внедрение электронных масс-медиа.

4. Виды коммуникации.

5. Вербальные и невербальные коммуникации.

6. Коммуникации как процесс и структура межличностной коммуникации.

7. Сущность и функции межличностной коммуникации.

8. Коммуникации в государственных, общественных и коммерческих структурах, в экономической, политической, социальной и других сферах общественной жизни.

9. Специфика коммуникации в изобразительном искусстве, архитектуре, танце, музыке, театральном искусстве, литературе.

10. Коммуникационные системы кино и телевидения.

11. Мифологическая и художественная коммуникация.

12. Теория массовой коммуникации в отечественных и зарубежных исследованиях.

13. Подходы к моделированию коммуникативного пространства: филологические, социологические, семиотические, математические и др. 14. Структурные компоненты коммуникации: адресат (коммуникатор), адресат (аудитория), сообщение (информация, код, канал, ситуация, реакция (эффективность).

15. Коммуникационный процесс: производство информации, мультипликация, кодирование, распространение, прием, декодирование, использование информации.

16. Стратификационные доминанты: социальный статус коммуникантов, социальная дифференциация, социальная интеграция, социальная интерференция.

17. Оценочные доминанты: ценностная ориентация, оценочная информация, оценка партнера, самооценка, социальный стереотип.

18. Функциональные доминанты: побудительная, волеизъявительная, ритуальная, перформативная, самопрезентационная.

19. Понятие знака. Типология знака. Знак как средство передачи информации.

20. Синтактика, семантика, прагматика как основные отношения знаков.

21. Методы исследования коммуникации.

22. Социологические методы сбора информации о функционировании коммуникации.

23. Уровни и виды коммуникации.

ПЕРЕЧЕНЬ ЗАДАНИЙ ДЛЯ РЕШЕНИЯ СТАНДАРТНЫХ ЗАДАЧ

ЗАДАНИЕ 1

1. Социальная коммуникация:

а) процесс передачи и восприятия информации в условиях межличностного и массового общения по разным каналам при помощи различных коммуникативных средств;

б) сообщения в СМИ;

в) инженерные пути сообщения.

2. Отличие вербальной и невербальной коммуникации состоит в:

а) способах кодирования информации;

б) каналах связи;

в) целях передачи информации.

3. К вербальной коммуникации не относится:

а) письмо;

б) говорение;

в) слушание.

4. Межличностная коммуникация — это такая коммуникация:

а) ретиальная;

б) аксиальная;

в) невербальная.

5. К невербальной коммуникации не относится:

а) слушание;

б) таксеика;

в) просодика.

6. К электронным СМИ не относится:

а) ТВ;

б) радио;

в) газета.

7. К коммуникационным революциям относится изобретение:

а) колеса;

б) книгопечатания;

в) оружия.

8. Процесс взаимного общения, когда реплика сменяется ответной фразой и происходит постоянная смена ролей:

а) чтение;

б) монолог;

в) диалог.

9. Включает в себя все виды речевой деятельности участников общения: говорение, слушание, письмо, чтение – … компонент коммуникации:

а) речевой;

б) процессуальный;

в) знаковый.

10. Краткая запись содержания прочитанного называется:

а) аннотацией;

б) лекцией;

в) конспектом.

11. Многоплановый процесс установления и развития контактов между людьми – это процесс:

а) общения;

б) понимания;

в) восприятия.

12. Коммуникативная сторона общения:

а) взаимопонимание участников общения;

б) обмен информацией между людьми;

в) организация взаимодействия между людьми.

13. Разрушение коммуникаций Винер назвал:

а) энтропией;

б) антропией;

в) интропией.

14. К механизмам перцепции в межличностной коммуникации не относится:

а) эмпатия;

б) мифологизация;

в) стереотипизация.

15. Теоретиком символического интеракционизма был:

а) Пирс;

б) Торндайк;

в) Мид.

16. «Теорию социального обмена» предложил:

а) Черри;

б) Хоманс;

в) Спенсер.

17. Как называется модель коммуникационного процесса, разработанная Шенноном и Уивером:

а) мысленная;

б) лингвистическая;

в) информационно-математическая.

18. Автор интерактивной модели коммуникативного процесса:

а) Якобсон;

б) Ньюкомб;

в) Смайл.

19. Типология знаков, предложенная Пирсом, — это:

а) естественные и искусственные знаки;

б) дорожные, музыкальные, денежные знаки;

в) конические, индексальные, символические знаки.

20. Не используется для изучения социальной коммуникации концептуальный подход:

а) фонетический;

б) семантический;

в) когнитивный.

21. Модель управляемой коммуникации с обратной связью предложил:

а) Ясирс;

б) Винер;

в) Гутенберг.

ЗАДАНИЕ 2

1. Типы коммуникации классифицируются по признакам:

а) по масштабности процесса;

б) по степени организации;

в) по количеству вовлеченных СМИ.

2. Внешние коммуникации – это:

а) связи любой социальной системы с внешними социальными образованиями, которые существуют вне ее;

б) связи выбранной социальной системы с внешними социальными образованиями, которые существуют внутри ее;

в) связи любой социальной системы с внешними и внутренними социальными образованиями, которые существуют вне ее.

3. Внутригрупповая коммуникация отличается:

а) структурированностью канала прямой связи;

б) неструктурированностью канала прямой связи;

в) отсутствием канала прямой связи.

4. В межличностной коммуникации участвуют:

а) 2 человека;

б) 3-4 человека;

в) более 5 человек.

5. Внутриличностная коммуникация возникает:

а) внутри индивидуума, если человек обсуждает проблемы сам с собой;

б) внутри индивидуума, если человек обсуждает проблемы с руководством;

в) внутри индивидуума, если человек обсуждает проблемы с группой.

6. По инициативности коммуникаторов коммуникации делятся:

а) на активные и пассивные;

б) на активные;

в) на пассивные.

7. По степения организованности коммуникации подразделяются на:

а) случайные и неслучайные;

б) случайные;

в) неслучайные.

8. В зависимости от направления потока информации коммуникации подразделяются на:

а) горизонтальные и вертикальные;

б) горизонтальные;

в) вертикальные.

9. Переговоры представляют собой:

а) обмен мнениями с целью выяснить точки зрения сторон и принять решение;

б) обмен мнениями с целью принятия решения;

в) обмен мнениями с целью выяснения точки зрения сторон.

10. Беседа – это:

а) вопросно-ответная коллективная форма обсуждения различных проблем с определенной целью;

б) вопросно-ответная коллективная форма обсуждения различных проблем без определенной цели;

в) вопросно-ответная коллективная форма обсуждения одного конкретного вопроса без определенной цели.

11. Массовая аудитория обладает:

а) определенной общей ценностной ориентацией;

б) различной ценностной ориентацией;

в) единой структурой.

12. Социальная значимость информации способствует:

а) Возникновению, распространению и поддержанию функционирования массовой коммуникации;

б) возникновению функционирования массовой коммуникации;

в) распространению функционирования массовой коммуникации.

14. Группы, на которые ориентируются люди в своих интересах, симпатиях и антипатиях называются:

а) референтными;

б) формальными;

в) условными.

15. Двусторонний процесс, включающий в себя, с одной стороны, усвоение индивидом социального опыта путем вхождения в социальную среду, с другой стороны, процесс активного воспроизводства индивидом системы социальных связей за счет его активной деятельности — это:

а) развитие;

б) образование;

в) социализация.

16. Функция, нормативно одобренный образец поведения, ожидаемая от каждого, занимающего данную позицию — это:

а) статус;

б) социальная роль;

в) позиция.

17. Коммуникация — это:

а) обмен информацией между общающимися индивидами;

б) организация взаимодействия между общающимися индивидами;

в) процесс восприятия и познания друг друга партнерами по общению.

18. Мотив оказания кому-либо помощи, не связанный сознательно с собственными эгоистическими интересами, называется:

а) карьеризм;

б) альтруизм;

в) эгоизм.

19. Общение как взаимодействие представляет собой одну из следующих сторон деятельности:

а) коммуникативную;

б) интерактивную;

в) перцептивную;

г) все ответы верны.

20. Осознание индивидом того, как он воспринимается партнером по общению, называется:

а) рефлексией;

б) эмпатией;

в) идентификацией.

21. Приписывание некоторой причины поступку человека или наблюдаемому действию называется:

а) социальной перцепцией;

б) каузальной атрибуцией;

в) интеракцией.

ЗАДАНИЕ 3

1. Существуют различные классификации «малых групп». Исключением являются:

а) первичные и вторичные;

б) формальные и неформальные;

в) группы членства и референтные;

г) публика и аудитория.

2. Уподобление, отождествление с чем-либо или с кем-либо, называется:

а) креативность;

б) идентификация;

в) научение.

3. Синонимом понятия «конформизм» является термин:

а) приспособленчество;

б) подчиненность;

в) зависимость.

4. Физическое и вербальное поведение, направленное на причинение вреда кому-либо, это:

а) злость;

б) зависть;

в) агрессия**.**

5. Социальной коммуникации соответствует определение:

1) это процесс взаимодействия и способы сообщения, позволяющие создавать, передавать и принимать информацию;

2) это процесс управления и удовлетворения потребностей целевой аудитории посредством создания сообщений;

3) это социальная, интеллектуальная и вербальная деятельность, направленная на создание сообщений;

4) это средства доведения информации до целевой аудитории;

5) это общие добровольные действия аудитории, группы участников (в неявно задаваемом организаторами направлении).

6. Какой вид коммуникации не выделяется в теоретическом анализе:

1) социальная коммуникация;

2) межличностная коммуникация;

3) индивидуальная коммуникация;

4) массовая коммуникация.

7. Эффективность коммуникации определяется:

1) получением запланированных результатов в запланированное время без привлечения дополнительных средств;

2) личным мнением руководителя организации;

3) количеством сэкономленных в результате коммуникации средств;

4) количеством привлечённых клиентов.

8. Термин «коммуникация» ввел в употребление:

1) американский социолог и политолог Гарольд Дуайт Лассуэлл ;

2) американский социолог Чарльз Хортон Кули;

3) создатель кибернетики Норман Винер;

4) канадский культуролог Герберт Маршалл Маклюэн.

9. Автором концепции «вещественной коммуникации», основу которой составляют исследование социального дискурса как языка красок, субстанций, объемов и пространства, является:

1) Ж. Деррида;

2) Ж. Бодрийяр;

3) М. Фуко;

4) У. Эко;

5) Ю. Лотман.

10. По какому критерию коммуникация делится на межличностную, групповую, массовую:

1) по способу установления и поддержания контакта;

2) по составу участников;

3) по степени организованности;

4) по характеру знаковых систем.

11. К средствам коммуникации относятся:

1) технические средства связи;

2) речь, поза, жесты, имидж, технические средства, коммуникационное пространство;

3) вербальные, невербальные, технические средства.

12. Вербальными коммуникациями называют:

1) коммуникации посредством визуального текста и пластики;

2) коммуникации посредством устного слова;

3) коммуникации посредством жеста и слова;

4) коммуникации посредством письменной речи;

5) коммуникации посредством письменной речи, визуального и пластического текста.

13. Невербальными коммуникациями называют:

1) коммуникации посредством визуального текста;

2) коммуникации посредством устного слова;

3) коммуникации посредством жеста и слова;

4) коммуникации посредством письменной речи;

5) коммуникации посредством визуального и пластического текста.

14. К способам защиты от помех восприятия информации можно причислить:

1) повтор сообщения в разное время;

2) значительное повышение громкости речи;

3) удаление из аудитории мешающих коммуникатору слушателей;

4) внезапное прекращение вербальной коммуникации.

15. Барьерами коммуникации могут являться:

1) отсутствие коммуникации;

2) амбициозность технического персонала;

3) неприятие имиджа коммуниканта;

4) наличие трибуны для выступления.

16. Аудиторией коммуникации является:

1) группа людей, которые получают информационные обращения и имеют возможность реагировать на них;

2) любое относительно большое число людей, собравшихся в одном месте и находящихся в прямом взаимодействии друг с другом*;*

3) специально организованная группа людей, единение которых определяется и закрепляется коллективными действиями;

4) группа людей, которые получают информационные обращения;

5) любое относительно большое число людей, собравшихся в одном месте и получающих направленные информационные сообщения.

17. Коммуникатором является:

1) специалист, придумывающий PR-стратегию или PR-сообщение, включая все ее текстуальные составляющие: сценарий, слоган, подписи к плакатам, заголовки, знаки-образы;

2) человек, который может повлиять на отношение группы к определенным проблемам;

3) лицо или группа лиц, создающие сообщения в виде устных выступлений, печатных текстов, фильмов, радио- и телепередач;

4) отправитель сообщения в коммуникационном процессе;

5) специалист, профессионально занимающийся подготовкой текстов речей и выступлений.

18. Коммуникантом является:

1) группа лиц, создающая сообщения в виде устных выступлений, печатных текстов, фильмов, радио- и телепередач;

2) получатель сообщения в коммуникационном процессе;

3) специалист, профессионально занимающийся подготовкой текстов речей и выступлений;

4) специалист, который руководит и следит за ходом дискуссии по заранее подготовленному плану;

5) специалист, в задачу которого входит продуцирование творческих идей, общее руководство творческим или информационно-аналитическим отделом.

19. Какая потребность организации не относится к коммуникационным:

1) в информации о ситуации, в которой организация действует;

2) в определенном уровне известности;

3) в сохранении нормы прибыли;

4) в обратной связи с деловыми партнерами.

ПЕРЕЧЕНЬ ЗАДАНИЙ ДЛЯ РЕШЕНИЯ ПРИКЛАДНЫХ ЗАДАЧ

ЗАДАНИЕ 1

Выделите в тексте элементы коммуникативного процесса

Генеральный директор торговой фирмы решил обсудить с менеджерами магазинов вопрос о состоянии и улучшении качества торгового обслуживания населения на совещании. Передача любой информации возможна лишь посредством знаковых систем. Знаковые системы, которые используются в коммуникативном процессе лежат в основе двух традиционно выделяемых видов коммуникации: Вербальной (с речью в качестве знаковой системы); Невербальной (с использованием различных неречевых знаковых систем). Речь является самым универсальным средством коммуникации. Она представляет собой исторически сложившуюся форму общения человека с другими людьми посредством языка. Коммуникатор в процессе говорения кодирует, а реципиент в процессе слушания декодирует эту информацию. Степень и точность понимания слушающим смысла высказывания будет очевидна коммуникатору только тогда, когда реципиент заговорит, превратится т.о. в коммуникатора и даст знать как он понял принятую информацию. Невербальное поведение человека неразрывно связано с его психическими состояниями и служит средством их выражения. На основе невербального поведения раскрывается внутренний мир личности. В психологии выделяют пять форм невербальной коммуникации: ¾ Кинесику; ¾ Паралингвистику и экстралингвистику; ¾ Проксемику (пространственно-временную организацию коммуникативного процесса); ¾ Визуальное общение; ¾ Такесика. Каждая из указанных форм общения использует свою знаковую систему. Кинесика – это система средств общения, включающая в себя жесты, мимику, пантомимику. В целом кинетическая система предстает как отчетливо воспринимаемое свойство общей моторики, различных частей тела (рук- тогда мы имеем жестикуляцию; лица - тогда мы имеем мимику; позы - тогда мы имеем пантомимику). Эта общая моторика различных частей тела отображает эмоциональные реакции человека, благодаря чему общение приобретает нюансы. Эти нюансы оказываются неоднозначными при употреблении, например, одних и тех же жестов в различных национальных культурах. Например, кивок головы у русских и болгар имеет прямо противоположное значение: согласие у русских, отрицание у болгар.

ЗАДАНИЕ 2

Величина межличностной дистанции зависит от культурных традиций, воспитания, индивидуального жизненного опыта и личностных особенностей. Где она длиннее, где короче и почему? Какие приемы общения сокращают или удлиняют межличностную дистанцию? Объясните следующие примеры межкультурных и индивидуальных различий

1. Японцы садятся довольно близко друг к другу и чаще используют контактный взгляд, чем американцы; их не раздражает необходимость соприкасаться рукавами, локтями, коленями; американцы считают, что азиаты «фамильярны» и чрезмерно «давят», а азиаты считают американцев «слишком холодными и официальными».

2. А. Пиз наблюдал на одной из конференций, что, когда встречались и беседовали два американца, они стояли на расстоянии около метра друг от друга и сохраняли эту дистанцию в течение всего разговора; когда же разговаривали японец и американец, они медленно передвигались по комнате: японец наступал, а американец отодвигался — каждый из них стремился достичь привычного и удобного пространства общения.

3. Молодая пара, только что эмигрировавшая в Чикаго из Дании, была приглашена в местный американский клуб. Через несколько недель после того, как их приняли в клуб, женщины стали жаловаться, что они чувствуют себя неуютно в обществе этого датчанина, поскольку он «пристает к ним». Мужчины же этого клуба почувствовали, что якобы датчанка своим поведением намекала, что она для них вполне доступна в сексуальном отношении.

4. Сельские жители, воспитанные в условиях меньшей плотности населения, чем горожане, имеют и более просторное личностное пространство, поэтому при рукопожатии «деревенский» протянет руку издалека и наклонит корпус вперед, но с места не сойдет, а еще лучше просто помашет приветственно рукой. Визуальное общение – это контакт глазами. Многие исследователи считают, что контакт глаз между партнерами по общению может служить мерой симпатии между ними. Во многом этот фактор зависит от культурных традиций: в ряде стран контакта глаз избегают из уважения, у некоторых народов прямой взгляд глаза в глаза расценивается как вызов и агрессия.

ЗАДАНИЕ 3

Проанализируйте по приведенным примерам влияние на слушателя одновременно слов и жестов. Какие выводы можно сделать в описанных ситуациях? Как вы считаете, на какую, информацию надо полагаться в случае явного расхождения вербальной и невербальной информации?

1. Фрейд, беседуя с пациенткой о том, как она счастлива в браке, заметил, что она бессознательно снимала с пальца и надевала обручальное кольцо.

2. Служащий рассказал начальнику о своем проекте реорганизаций работы отдела. Начальник сидел очень прямо, плотно упираясь ногами в пол, не останавливая взгляда на служащем, но время от времени повторяя: «Тактак... дада...» В середине беседы, отклонившись назад, оперев подбородок на ладонь так, что указательный палец вытянулся вдоль щеки, он задумчиво полистал проект со словами: «Да, все, о чем вы говорили, несомненно, очень интересно, я подумаю над вашими предложениями».

3. Вы по пути решили навестить приятельницу, не предупредив её заранее о своем визите: «Не помешаю? У тебя есть время? Мне надо кое-что тебе рассказать...» — «Ну что ты... заходи, конечно... Кофе будешь?». Хозяйка достала банку, насыпала кофе, плотно закрыла ее и спрятала на полку. «Так ты сейчас ничем не занята?» — «Для тебя у меня всегда найдется время...»

4. Вы просите у знакомого книгу. Он с готовностью соглашается дать вам ее и начинает искать на полках. Ищет, ищет... Казалось бы, все обыскал — книги нет как не было!

5. Политический деятель выступает с предвыборной программой. Потрясая указательным пальцем над головами слушателей, он говорит: «Я искренне стремлюсь к диалогу, стараюсь учитывать мнение всех слоев общества...» Делая плавные, округлые жесты обеими руками, он заверяет всех, что у него есть четкая, обдуманная программа.

Согласно исследованиям, значительная часть речевой информации при обмене воспринимается через язык поз и жестов и звучание голоса. 55% сообщений воспринимается через выражение лица, позы и жесты, а 38% — через интонации и модуляции голоса. Отсюда следует, что всего 7% остается словам, воспринимаемым получателем, когда мы говорим. Другими словами, во многих случаях то, как мы говорим, важнее слов, которые мы произносим.

ЗАДАНИЕ 4

Проанализируйте отрывки представленные ниже, определите типовую схему перцепции, систематические ошибки социального восприятия

«Удивительное дело, какая полная бывает иллюзия того, что красота есть добро Красивая женщина говорит глупости, ты слушаешь и не слышишь глупости, а слышишь умное Она говорит, делает гадости, а ты видишь чтото милое Когда же она не говорит ни глупостей, ни гадостей, а красива, то сейчас уверяешься, что она чудо как умна и нравственна» (Л.Н. Толстой. «Крейцерова соната» [100, т 12, с.148]).

«Красота производит совершенные чудеса. Все душевные недостатки в красавице вместо того, чтобы произвести отвращение, становятся как-то необыкновенно привлекательны» (Н.В. Гоголь. «Невский проспект» [27, т. 1, с.463]).

«На нем был черный фрак, побелевший уже по швам, панталоны летние... под истертым черным галстуком на желтоватой манишке блестел фальшивый алмаз, шершавая шляпа, казалось, видела и вёдро и ненастье. Встретясь с этим человеком в лесу, вы приняли бы его за разбойника; в обществе _ за политического заговорщика; в передней — за шарлатана, торгующего эликсирами или мышьяком» (А.С. Пушкин. «Египетские ночи»).

«Что приличествует Юпитеру, то не приличествует быку» (гласит древняя поговорка).

ЗАДАНИЕ 5

Прокомментируйте приведенный фрагмент. Какие проблемы общения он иллюстрирует? Что вы можете сказать об участниках общения? Коренастая молодая медсестра, на нагрудной нашивке которой было написано «Джепин Куртас», окликнула их.

– Простите. Чем могу вам помочь?

– Ничем, – рявкнул через плечо Грейсон. – Мы идем в палату пятьсот пятнадцать.

– Прошу остановиться, – потребовала сестра.

Грейсон застыл на месте. Он остановился, когда ему приказали, но руки, висевшие по бокам, нервно сжимались в кулаки и разжимались. Догонявший его доктор Бен Харрис громко и облегченно вздохнул.

– Настоящее имя Лизы Саммер – Лиза Грейсон, – заявил Грейсон с преувеличенной терпеливостью. – Я – ее отец, Уиллис Грейсон, а это се личный врач, доктор Бенджамин Харрис. Теперь мы можем войти?

Лицо медсестры отразило смятение, но лишь на мгновение.

– Время посещения больных начинается у нас в два часа дня, – объяснила она. – Но если Лиза согласится, то я сделаю для вас исключение.

Кулаки Грсйсона опять сжались, но на этот раз так и не разжались.

– Вы знаете, кто я такой? – заносчиво спросил он.

– Знаю, кто вы такой, с ваших слов. Послушайте, мистер Грейсон, не хочу быть...

– Бен, у меня просто нет времени на все эти пререкательства, – выпалил Грейсон. – Останьтесь здесь и объясните этой женщине, кто я такой и зачем приехал сюда. Если она будет продолжать путаться под ногами, позвоните проклятому директору этой так называемой больницы, пусть он поднимется сюда. А я пошел к Лизе.

Даже не дожидаясь ответа, он важно двинулся вперед. (М. Палмер).

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Данные методические указания по организации практической работы магистрантов всех специальностей и форм обучения подготовлены на кафедре философии, социологии и истории с учетом специфики вуза. Структура и содержание «Социальных коммуникаций» как учебной дисциплины представлены в соответствии с Федеральным и государственным образовательным стандартом высшего образования, утвержденным Министерством науки и высшего образования Российской Федерации.

Организация практической работы с магистрантами включают в себя перечень вопросов для практического занятия по каждой теме, темы рефератов, перечень литературы для подготовки к практическому занятию, вопросы итого-

вого контроля, задания для решения стандартных задач и задания для решения прикладных задач, необходимые для освоения данной учебной дисциплины.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Анисимова, Е. Е. Лингвистика текста и межкультурная коммуникация (на материале креолизованных текстов: учеб. пособие для студентов / Е. Е. Анисимова. – М.: Academia, 2004. – 122 с.

2. Бакулев, Г. П. Массовая коммуникация. Западные теории и концепции: учеб. пособие для вузов / Г. П. Бакулев. – М.: Аспект Пресс, 2005. – 176 с.

3. Ворошилов, В. В. Теория и практика массовой информации: учебник / В.В. Ворошилов. – СПб.: Изд-во Михайлова В. А., 2006. – 434 с.

4. Гойхман, О. Я. Речевая коммуникация: учеб. для студентов вузов / О. Я. Гойхман, Т. М. Надеина; под ред. О. Я. Гойхмана. – М.: ИНФРА-М., 2001. – 269 с.

5. Гришаева, Л. И. Стратегии успеха и факторы риска в межкультурной коммуникации: колективная монография. Воронеж. межрегион. ин-т обществ. наук ; сост., авт. коммент. и введ., науч. ред. Л. И. Гришаева, Л. В. Цурикова. – М.:Академия, 2007. – 336 с.

6. Громова Н. М. Деловое общение: монография / Н. М. Громова; Всерос. акад. внешней торговли. – М.: Экономистъ, 2005. – 134 с.

7. Грушевицкая, Т. Г. Основы межкультурной коммуникации=Basics of intercultural communication: учебник для студ. вузов / Т. Г. Грушевицкая, В. Д. Попков, А. П. Садохин; под ред. А. П. Садохина. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2003. – 352 с.

8. Квиллиам, С. Тайный язык жеста и взгляда / Пер. с англ. К. Е. Соловьева. – М.: Ниола-Пресс, 2004. – 143 с.

9. Копнина, Г. А. Речевое манипулирование / Г. А. Копнина. – М.: Флинта: Наука, 2007. – 176 с.

10. Конушкина, А. О. Современные коммуникации: организационный подход / А. О. Конушкина, А. В. Федорова // Инновационная наука. – 2015. – № 3. – С. 247-252.

11. Миннуллина, Э. Б. Теория коммуникации с элементами семиотики / Э. Б. Миннуллина, Э. А. Тайсина. – Казань: КГЭУ, 2003. – 322 с.

12. Мрочко, Л. В. Теория и практика массовой информации: учеб. пособие / Л. В. Мрочко. – М.: Флинта: МПСИ, 2006. – 239 с.

13. Назаров, М. М. Массовая коммуникация и общество. Введение в теорию и исследования / М. М. Назаров. – М.: Российская академия наук, Институт социологии, 2010. – 354 с.

14. Науменко, Т. В. Социология массовой коммуникации: учеб. пособие для вузов / Т. В. Науменко. – СПб.: Питер, 2005. – 288 с

15. Нахимова, Е. А. Основы теории коммуникации: учеб. пособие / Е. А. Нахимова, А. П. Чудинов. – М.: Флинта, 2015. –164 с.

16. Основы теории коммуникации: учебник / под ред. М. А. Василика. – М.: Гардарики, 2007. – 615 с.

17. Подгурецкий, Ю. Социальная коммуникация / Ю. Подгурецкий. – М.: Гелиос АРВ, 2003. – 159 с.

18. Садохин, А. П. Межкультурная коммуникация учеб. пособие / А. П. Садохин. – М.: АЛЬФА-М: ИНФРА-М, 2000. – 288 с.

19. Суховершина, Ю. В. Тренинг коммуникативной компетенции / Ю. В. Суховершина, Е. П. Тихомирова, Ю. Е. Скоромная. – М.: Академический проект: Трикста, 2001. – 112 с.

20. Тхорик, В. И. Лингвокультурология и межкультурная коммуникация учеб. пособие для студентов вузов / В. И. Тхорик, Н. Ю. Фанян. – М.: ГИС., 2000. – 260 с.

21. Харрис, Р. Психология массовых коммуникаций / Пер. С. Рысев, Л. Орданская; ред. Д. Гиппиус. – СПб.: Прайм-ЕВРОЗНАК: ОЛМА-ПРЕСС, 2005. – 448 с.

22. Черных, А. И. Социология массовых коммуникаций: учеб. пособие / государственный университет высшей школы экономики / А. И. Черных. – М.: ГУ ВШЭ, 2008. – 451 с.

23. Шарков, Ф. И. Коммуникология: основы теории коммуникации: учебник для бакалавров / Ф. И. Шарков. – М.: Дашков и К, 2016. – 488 с.

24. Шарков, Ф. И. Коммуникология. Социология массовой коммуникации: учеб. пособие: для студ. вузов / Международная академия бизнеса и управления, Институт современных коммуникационных систем и технологий / Ф. И. Шарков и К: Альтехсофт «Издательство Шаркова», 2010. – 318 с.

ОГЛАВЛЕНИЕ

Введение..... 3
Тема 1. Предмет, структура, задачи дисциплины «Социальные коммуникации»..... 4
Тема 2. Развитие теорий информации и коммуникации..... 6
Тема 3. Информационная основа социальных коммуникаций……..... 7
Тема 4. Содержание и средства социальной коммуникации……..... 9
Тема 5. Механизмы взаимодействия коммуникантов и реципиентов в социальной среде……..... 10
Тема 6. Социально-коммуникационные институты……..... 12
Тема 7. Основы деловой коммуникации……..... 13
Тема 8. Конфликтология в социальных коммуникациях……..... 14
Тема 9. Этика и культура в социальных коммуникациях……..... 15
Вопросы итогового контроля……..... 17
Перечень заданий для решения стандартных задач……..... 18
Перечень заданий для решения прикладных задач……..... 26
Заключение..... 29
Библиографический список..... 30

СОЦИАЛЬНЫЕ КОММУНИКАЦИИ

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ

по организации практической работы
с магистрантами всех специальностей и форм обучен*ия*

Составители:
Волкова Екатерина Александровна
Маслихова Лариса Ивановна
Фролова Елена Владимировна

Редактор Е. А. Кусаинова

Подписано к изданию 09.04.2021.
Уч.-изд. л. 1,7.

ФГБОУ ВО «Воронежский государственный технический университет»
394026 Воронеж, Московский просп., 14