

Санкт-Петербургский государственный университет



Социальные коммуникации

проф. Владимир Вячеславович
Козловский

v.kozlovskii@spbu.ru

Осенний семестр
2018/2019 уч.год



Описание курса

Курс «Социальные коммуникации» направлен на всестороннее целостное изучение оснований, природы, содержания и видов коммуникаций в современных обществах.

В центре внимания культурные, институциональные, инструментальные, психологические аспекты возникновения, развертывания и использования социальных коммуникаций в современных обществах



Программа учебной дисциплины

Социальные коммуникации: очерки теории

ТЕМА	Кол. часов	Лекции	Семинары	Самост. работа
Раздел I. Социальные коммуникации: очерки теории	22	10	4	8
Понятие социальной коммуникации: коммуникация и общение	6	4	-	2
Природные, общественные и культурные основы социальных коммуникаций	6	4	-	2
Социокоммуникативное действие: структура и функции социальных коммуникаций	5	1	2	2
Социокоммуникативные практики	5	1	2	2
Раздел II. Типы социальных коммуникаций	18	4	6	8
Структура и типология социокоммуникаций	4	1	1	2
Вербальная и невербальная коммуникация	4	1	1	2
Письменные коммуникации: письмо, чтение, интерпретация	5	1	2	2
Визуальные коммуникации	5	1	2	2
Раздел III. Современные социокоммуникации	24	6	10	8
Социокоммуникативные технологии	8	2	4	2
Медийные социокоммуникации в современных обществах: СМИ и СМК	6	2	2	2
Современные электронные коммуникации	6	2	2	2
Социальные коммуникации в бизнесе, политике, культуре	4	-	2	2
Всего:	64	20	20	24

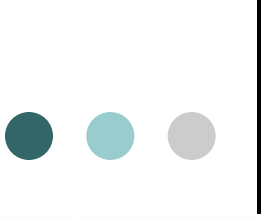
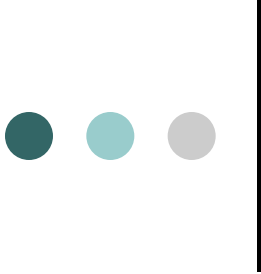


График лекций и семинаров

	Раздел I. Социальные коммуникации: очерки теории	Кол.часов	Дата
1.	Понятие социальной коммуникации: коммуникация и общение	4	03.09.18
2.	Природные, общественные и культурные основы социальных коммуникаций	4	10.09.18
3.	Социокоммуникативное действие: структура и функции социальных коммуникаций	1	17.09.18
4.	Социокоммуникативные практики	1	17.09.18
	Раздел II. Типы социальных коммуникаций		
5.	Структура и типология социокоммуникаций	1	17.09.18
6.	Вербальная и невербальная коммуникация	1	17.09.18
7.	Письменные коммуникации: письмо, чтение, интерпретация	1	24.09.18
8.	Визуальные коммуникации	1	24.09.18
	Раздел III. Современные социокоммуникации		
9.	Социокоммуникативные технологии	2	24.09.18
10.	Медийные социокоммуникации в современных обществах: СМИ и СМК	2	01.10.18
11.	Современные электронные коммуникации	2	01.10.18
12.	Социальные коммуникации в бизнесе, политике, культуре	4	-



понедельник, 3 сентября

•13:40–15:10

- Социальные коммуникации, лекция
- ул. Смольного, д. 1/3, корп. подъезд 9, 242
- Козловский В. В., профессор

•15:20–16:50

- Социальные коммуникации, лекция
- ул. Смольного, д. 1/3, корп. подъезд 9, 242
- Козловский В. В., профессор

<https://timetable.spbu.ru/SOCL/StudentGroupEvents/Primary/18863>



Раздел I. Социальные коммуникации: очерки теории

Тема 1. Понятие социальной коммуникации

Обсуждаемые вопросы

1. Основные понятия социальных коммуникаций и коммуникативных технологий
2. Основные подходы в теории коммуникации



Тема 1. Понятие социальной коммуникации

1. Основные понятия

- Коммуникация
- Общение
- Коммуникативное действие
- Социальные коммуникации
- Коммуникативная технология
- Информационно-коммуникационные технологии
- Коммуникативная техника
- Дискурс



Тема 1. Понятие социальной коммуникации

1. Основные понятия

- **Коммуникация** – это процесс создания, передачи, переработки и обмена информации.
- **Социальная коммуникация** (СК)– это совокупность знаково-символических форм взаимодействия социальных субъектов по поводу передачи, обмена, изменения и использования смысловых содержаний в различных сферах человеческой деятельности.
- **Общение** – это интерактивный процесс обмена сообщениями (информацией) для удовлетворения потребностей участников в реализации совместной деятельности.



Тема 1. Понятие социальной коммуникации

1. Основные понятия

- **Коммуникативное действие** (КД) – рациональное инструментальное поведение действующих лиц, направленное на взаимопонимание, поиски консенсуса, преодоление разногласий; дискурсивное определение ситуации и моделей поведения.
- **Дискурс** – (речь, процесс языковой деятельности) ЭТО ЯЗЫК, используемый членами некоторого языкового сообщества; социально обусловленная организация системы речи, а также определённые принципы, в соответствии с которыми реальность классифицируется и репрезентируется (представляется) в те или иные периоды времени.

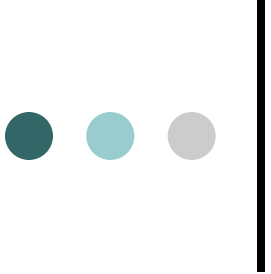


Тема 1. Понятие социальной коммуникации

1. Основные понятия

Формы коммуникации:

- 1) **по субъекту:** автокоммуникация, межличностная, групповая и массовая коммуникация;
- 2) **по знаковым средствам:** вербальная и невербальная
- 3) **по способу связи и особенностям канала:** непосредственные, технически и социально опосредствованные
- 4) **по социальной организации:**
 - а) формальная и неформальная;
 - б) институциональная и стихийная;
 - в) односторонняя и двухсторонняя



Тема 1. Понятие социальной коммуникации

Социокоммуникативные действия и практики:

- условия
- формы
- масштаб
- организация
- способы и методы осуществления
- сфера, область развертывания
- средства
- результаты
- эффективность



Понятие социокоммуникативной деятельности, практики, социальной, коммуникативной и социокоммуникативной технологии

Социокоммуникативное действие, поведение и деятельность

- ▣ Разнообразие социокоммуникативных действий, практик , технологий

Социальная и коммуникативная технология

- ▣ Эволюция социальных и социокоммуникативных технологий: исторические этапы и тенденции

Коммуникационная техника и технология

- ▣ Экономический, политический, социальный и культурный контекст развития и применения социокоммуникативных технологий

Коммуникативная техника и технология

- ▣ Состав, структура, функции и направленность коммуникативных технологий. Основания типологии социокоммуникативных технологий

Социокоммуникативная техника и технология

- ▣ Эволюция социокоммуникативных технологий: исторические этапы и тенденции. Экономический, политический, социальный и культурный контекст развития и применения социокоммуникативных технологий.

1. Основные понятия

- **Информационно-коммуникационные технологии (ИКТ)** – это совокупность методов и средств сбора, обработки, хранения и распространения звуковой, графической, текстовой и цифровой информации в интересах ее пользователей.
- **Коммуникативная технология (КТ)** – это совокупность приемов, процедур, техник, схем конструирования, передачи, обмена, изменения и использования смысловых содержаний в различных знаково-символических формах человеческой деятельности.
- приемов, процедур, техник, схем конструирования, передачи, обмена, изменения

2. Основные подходы в теории коммуникаций

- Кибернетический подход
- Информационная теория
- Лингвистический подход
- Семиотический подход
- Теория речевых актов
- Социокоммуникативный подход (теория коммуникативного действия)

2. Основные подходы в теории коммуникаций

Кибернетический подход

Основные утверждения:

- Понятие коммуникации разработано в общей теории систем и включает основные принципы и понятия: иерархичность, гомеостатичность, адаптивность, эквивалентность, обратная связь.
- Коммуникативные системы – это целеориентированные системы, регулирующие сообщения для достижения своих целей на основе применения важнейшего принципа кибернетики – обратной связи.
- Коммуникативный акт. Коммуникативное действие. Коммуникативная деятельность. Сетевая организация коммуникативного пространства. Роль коммуникации в организации социального порядка.

2. Основные подходы в теории коммуникаций

Кибернетический подход

Основные утверждения:

- Кибернетические принципы управления коммуникативными системами. Положительная и отрицательная обратная связь.
- Кибернетика первого порядка (Н. Винер, изменение на основе обратной связи) и второго порядка (механизм связи между наблюдателем и системой, Х. фон Форестер).
- Новые принципы описания коммуникативных систем в кибернетике второго порядка: аутопоэзис и самореферентность, операциональная замкнутость, принципы включенного наблюдателя.
- Практические модели управления в кибернетике второго порядка (методология мягких систем П. Чекланда, теория спиральных циклов П.Мертена, жизнеспособные организации С. Бира, эволюционный менеджмент и др.) и их коммуникативные аспекты.

2. Основные подходы в теории коммуникаций

Информационный подход

Основные утверждения:

- Коммуникация основывается на принципах передачи и приема информации.
- Информация, которая передается, называется сообщением.
- Сообщения имеют собственную структуру и могут передаваться по разным типам каналам («информационный канал»).
- Существуют различные типы каналов (презентационные, репрезентационные, технические).

2. Основные подходы в теории коммуникаций

Информационный подход

Основные утверждения:

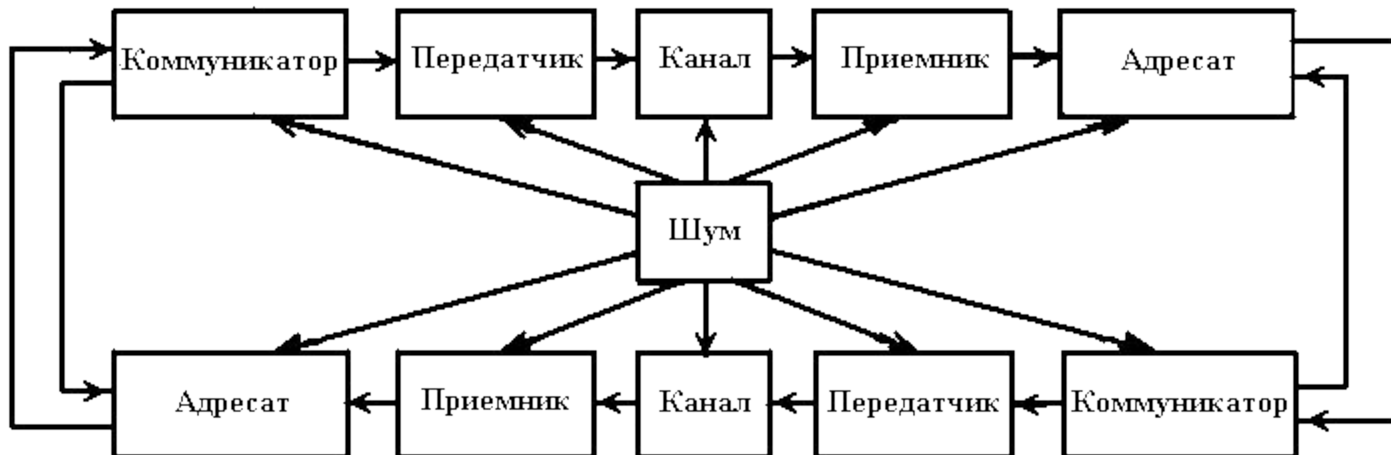
- В коммуникативный процесс входит коммуникативный шум, влияющий на уровни понимания информации.
- Информация и коммуникация: междисциплинарное истолкование.
- Авторы вариантов концепции: К. Шеннон, У. Уивер, Г. Лассвелл
- Базовые модели коммуникации (линейная, интеракционная, транзакционная).
- Использование информационного подхода в практике PR-деятельности, СМИ, межличностной, групповой и публичной коммуникации.

Тема 1. Понятие социальной коммуникации

Информационный подход

Модель коммуникативного процесса Клода Шеннона и Уивера ,

- Первоначально модель включала пять элементов: *источник информации, передатчик, канал передачи, приемник и конечную цель*, расположенные в линейной последовательности (линейная модель).
- Пересмотренная позднее модель включала шесть компонентов: *источник, кодирующее устройство, сообщение, канал, декодирующее устройство и приемник* (ср. телефон). Эти термины, с переменным успехом, применялись и метафорически в других коммуникативных системах.
- Сообщение из источника через передатчик передается в канал связи, откуда, в свою очередь, поступает к получателю.
- Помимо этих терминов, Шеннон ввел еще понятия *шума* (в дальнейшем это стали связывать с понятием *энтропии* и, наоборот, *негэнтропии*) и *избыточности*. **Энтропия** (шум) в теории коммуникации связана с теми внешними факторами, которые искажают сообщение, нарушают его целостность и возможность восприятия приемником



2. Основные подходы в теории коммуникаций

Информационный подход

Модель коммуникативного процесса Г. Лассвелла

- Формула коммуникационного акта состоит в том, чтобы ответить на следующие вопросы: “Кто?” – “Что сообщает?” – “По какому каналу?” – “Кому?” – “С каким результатом?”»
- Впоследствии данная конструкция, получившая название формулы Лассуэлла, обычно применялась в качестве иллюстрации круга основных проблем,
- Состав коммуникации: коммуникаторы, сообщений (контент-анализ), средства коммуникации, аудитория и результаты информационного воздействия.

2. Основные подходы в теории коммуникаций

Лингвистический подход

Основные утверждения:

- уникальная система символической коммуникации посредством вокальных и письменных знаков языка;
- язык регулируется правилами и включает в себя множество условных знаков, имеющих общее значение для всех членов лингвистической группы;
- знаковая практика является полем формирования и становления личности;
-

2. Основные подходы в теории коммуникаций

Семиотический подход

Основные утверждения:

- Семиотика как наука о свойствах знаков в коммуникации. Соотношение понятий «знак» и «значение».
- Структурно-знаковая модель Ч. Пирса. Прямая и непрямая (виртуальная) коммуникация. Три типа знаков по Ч. Пирсу (иконические, индексные, символические) и их использование в коммуникативной практике. Социальные функции знаков.
- Семиотическая концепция Ч. Морриса: связь знака с поведением и интерпретацией.
- Три уровня семиотического анализа коммуникаций и их применение в сфере бизнес-коммуникаций.

2. Основные подходы в теории коммуникаций

Семиотический подход

Основные утверждения:

- Две формы значения по Р. Барту (денотация и коннотация) и их роль в коммуникативном взаимодействии.
- Концепция мифа Р. Барта. Миф как коммуникативная система. Социально – технологическая функция мифа. Мифы доминирующие, оппозиционные, компромиссные.
- Технологии конструирования мифов в рекламе и PR.
- Метафора и метонимия как способы конструирования сообщений и как формы интерпретации повседневного опыта.
- 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 1. Понятие социальной коммуникации

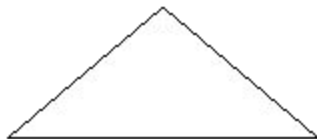
2. Основные подходы в теории коммуникаций

Семиотический подход

Основные утверждения:

- Семиотика как наука о свойствах знаков в коммуникации. Соотношение понятий «знак» и «значение».
- В первом случае говорят о моделях знака, справедливо связывая их с именами Ф.де Соссюра и Ч. Пирса, треугольников Огдена-Ричардса; в втором случае речь идет о разработках Ч.Морриса и выделении им синтактики, семантики и прагматики.
- Модели знака могут быть подразделены на диадические и триадические.
- Наиболее известной диадической моделью является модель Соссюра, согласно которой знак представляет собой сочетание концепта и акустического образа, отношение между которыми может быть сравнимо с двумя сторонами одного листа бумаги.
- Триадическая модель иллюстрируется треугольником Огдена-Ричардса:

- Референция



- Символ
- Референт

2. Основные подходы в теории коммуникаций

Социокоммуникативный подход (теория коммуникативного действия)

Основные утверждения:

- Социальные коммуникации обладают следующими свойствами и качествами:
 - а) всеобщность, универсальность, проницаемость (диффузность), перформативность коммуникативного действия;
 - б) гетерогенность и неупорядоченность знаков, значений и смыслов;
 - в) гомогенность и субординацией смысловых структур;
 - г) одновременность коммуникативных потоков;
 - д) синхронность частных и общих смысловых единств.

2. Основные подходы в теории коммуникаций

Социокоммуникативный подход (теория коммуникативного действия)

Основные положения:

- Социокоммуникативные технологии порождаются самопроизвольно или намеренно в ходе многочисленных социальных действий, направленных на достижение полезного эффекта.
- Социальные агенты благодаря развивающимся социокоммуникативным действиям, технологиям и стратегиям имеют дело как с реальными материальными вещами и людьми, так и идеальными формами (знаки, символы, метки и др.).
- Широкий спектр профессиональных социокоммуникаций в различных областях обеспечивает гибкое конструирование практик потребления и управление ими.
- В это ряд входят связи с общественностью, брендинг, имиджмейкерство, коммуникативный менеджмент, реклама, маркетинг, переговоры, посредничество, СМИ (медиа).