ВОПРОСЫ ПО СОЦ. КОММУНИКАЦИИ

1. Коммуникация как объект исследования различных наук. Соотношение понятии «коммуникация» и «общение». Соц. Коммуникация как предмет исследования социологии коммуникации. Истоки изучения соц. коммуникации.
2. Основные теории соц. коммуникации. Онтологические, гнесеолгические, методологические аспекты соц. коммуникации.
3. Моделирование коммуникации. Структурные описательные модели. Социальные доминанты коммуникации. Виды социальных доминант и их характеристика.
4. Ситуативная группа социальных доминант коммуникации. Взаимосвязь и взаимообусловленность ситуативных доминант. Коммуникативное поведение как особая категория Соц. Коммуникации.
5. Когнитивизм. Когнитивный подход к современной науке. Когнитивная деятельность индивида. Категория Соц. Познания. Характеристики Соц. Познания (соц. характер S-ов, соц. происхождение, соц. разделенность). Влияние социального контекста и культурной среды на соц. познание.
6. Типология O-ов соц. познания. Понятие «социальная среда» и его интерпретации. Теории когнитивного соответствия (теория структурного баланса Хайдера, теория коммуникативных актов Ньюкома, теория когруентности Ч. Осгуда и Таненбаума, теория когнитвного диссонанса Л. Фестингера).
7. Понятие об уровнях коммуникации. Критерии выделение уровней. Лингвистический уровень и его единица. Речевой акт и его основные характеристики. Отличие предложения от высказывания. Дискурс и его характерные своиства. Понятие FRAME. Модель ситуации ван Дейка. Ситуативные типы М. Хелидея.
8. Семиотический уровень коммуникации. Существующие типологии знаков. Типология знаков Пирса. Оппозиция как семиотическая закономерность. Основные типы семиотических моделей. Аспекты семиотики.
9. Знаковые системы и их типы (Соломоник). Естественные знаки и их свойства. Общая характеристика образных знаков. Изоформизм образа. Конвенциональные образы. Системы простейших образных знаков. Языковые знаковые системы. Слово как базисный знак языковых систем.
10. Металингвистический уровень коммуникации. Характерные особенности метаязыковой коммуникации. Паралингвистический уровень коммуникации. Особенности взаимодействия вербальных и невербальных средствкоммуникации.
11. Соотнесенность намеренного – ненамеренного, сознательного – бессознательного в невербальной коммуникации. Коммуникативные единицы невербальной коммуникации и их типологии. Невербальная «утечка информации» и признаки лжи.
12. Синтетический уровень коммуникации. Коммуникативные системы кино и телевидения, характерные особенности, сходства и отличия. Социальная значимость синтетического уровня коммуникации.
13. Специфика семиосоциопсихолгической теории коммуникации. Категории «речь», «дискурс», «текст». Трактовка текста как коммуникативно-познавательной единицы. Понятие «текстовая деятельность». Понимание диалога как смыслового контакта индивидов. «эффект диалога». Соотношение понятий «коммуникация», «псевдокоммуникация» и «квазикоммуникация».
14. Понятие языковой личности. Основные характеристики теоретико – гнесеологичекой модели языковой личности. Коммуникативная личность и ее моделирование. Критерии оценки коммуникативной личности.
15. Виды коммуникации; межличностная коммуникация. Функции, категории, условии актуализации межличностной коммуникации. Особенности межличностной коммуникаций и условии ее эффективности. Механизмы межличностного восприятия. Проблемы адекватного речевого восприятия.
16. Особенности межличностной коммуникации в малых группах. Этические принципы межличностной коммуникации. Этические дилемы и конфликт моральных ценностей. Основные аспекты исследования этики при межличностной коммуникации в малых группах. Этическая ответственность отправителя и получателя информации.
17. Соотношение понятии межличностной коммуникации и межличностные отношения. Основные ориентации межличностного общения. «Доверие», «близость» и «контроль» как базовые составляющие межличностных отношении. Эксплицитные и имплицитные правила межличностных отношений. Стадии и этапы развития межличностных отношений.
18. Межличностная коммуникация и процессы социального влияния. Основные категории человеческих на социально значимые раздражители. Механизмы непосредственного влияния на поведение индивида. Теория социального научения. Нормативная и информационная социальное влияние. Подчинение авторитетам как пример социального влияния. Правила взаимозависимости и чувства долга.
19. Убеждение как методика социального влияния. Изменение установок посредством рационального убеждения. Этапы процесса убеждения. Проблемы избирательности внимания (поддерживающей информации). Объективность и пристрастность в систематической обработке сообщении. Использование эвристик как кратчайший путь к принятию информации.
20. Коммуникавистика – отрасль обществоведения. Идей современной американской коммуникавистики ( Бжединский, Маклюэн, Шиллер). Информационный бум, технотронная революция и их последствия в обществе и мировом пространстве. Массовая культура и телеэкспансия.
21. Три этапа в истории развития СМИ как манипулятора общественным сознанием. Глобальные масштабы экспортирования американской массовой культуры и его последствия ( демократизация и транснационализация общественных отношений). Механизм действия культурной индустрии США

**1. Коммуникация как объект исследования различных наук. Соотношение понятий "коммуникация" и "общение". Социальная коммуникация как предмет исследования социологии коммуникации. Истоки изучения социальной коммуникации.**

Коммуникация (от лат communikatio – делаю общим, связываю) – термин появился в начале 20 века. 3 интерпретации:

-- ср-во связи любых О мат и дух мира,

– общение как передача инф-ции от ч-ка к ч-ку,

– как передача и обмен инф-цией в общ-ве с целью воздействия на него.

В широком плане К – как способ общения, позволяющий передавать и принимать разл инф-цию.

К.– это обмен инф-цией между 2-мя или большим кол-вом людей. Лингвистика – проблемы вербальной к-ции (нормативным и ненорм-ым употреблением слов и словосочетаний в речи) устной и письменной, диалогической и монологич-й. Паралингвистика – способы невербальной к-ции (жестах, мимике, и др.) Социолингв-ка – проблемы, связанные с природой языка и особ-ми его функц-ния в разн социумах. Психология и психолингв-ка – факторы, способствующие передаче и восприятию инф-ции, причины, затрудняющие процесс межличн-ой и массовой к-ции, мотивир-ость речевого поведения. Социология к-ции (как спец отрасль соц-гии) – изуч функц-ные особ-ти общения представителей разл соц групп в плане их взаимод-ия.

Общение – соц-но обусловл-й процесс обмена мыслями и чувствами между людьми в разл сферах их познавателбно-трудовой и творческой деятельности, реализ-ый главн образом при помоци верб средств к-ции. К-ция – социально обусловл-ый процесс передачи и восприятия инф-ции в условиях межличн и масс общения по разным каналам при помощи разл ком-ых средств. Общее: соотнесенность с процессами обмена и передачи инф-ции, связь с языком как средством общения и связь с социоречевым поведением коммун-ов. Различие: в объеме содержания этих понятий, что объясняется использованием их в смежных науках или в разл аспектах одной дисциплины, когда на первый план выдвигаются те или иные признаки этих сложных понятий.

С-ая к-ия явл-ся предметом соц-гии к-ции – передачи и получения смысловой и оценочной инф-ции и в плане воздействия на их отношение к соц-ым ценностям данного общества и Социума в целом. Истоки объединяют в 3 группы на основе ведущего аспекта комм-ции – 1языкового, 2соц-го и 3комм-го. 1**-** ряд школ, кои трактуют язык как соц явление, средство общения людей, связанное с их обществ положением, родом деят-ти и др. (А. Мейе, Дидро, Руссо, Ломоносов). Началось изучение комм-ой ф-ции языка, неразрывно связанной с соц аспектом общения, комм-ции и речевой деят-ти. Во 2 группе– 2 напр.: а) изучение соц факторов, способствующих формир-ию соц-го знания, и оценочных суждений (Бергер, Лукман); б) этнологтя комм-=ции – иссл-ся связи социокульт знания и речевых единиц (Гарфинкель). 3– 2 напр., связанных с теорией комм-ции – а) теория речевых актов (Дж. Остин), б) критический анализ дискурса (Фаулер, Кресс).

2. Основы теории социальной коммуникации. Онтологический, гносеологический и методологический аспект социальной коммуникации.

Онтологический (связанный с сущностной природой изучаемого объекта) аспект социальной коммуникации. Онтология (греч. ontos "сущее" + logos " учение") СК связана прежде всего с природой ее первой составляющей — социальными стр-рами об-ва. Именно в рамках социальных сооб-в разл- типа удается на­блюдать социальную дифференциацию поведения людей и их речевой деятельности. Социобиологи (Э.Уилсон, РАлександер, Д.Бэреш и др.) полагают, что принципы, определяющие поведение животных, могут быть применимы и к эволюции ч-ческого общества. Биологические основы исходных форм социального поведения ч-ка – семейно-родств. отн-ния, половозраст. разделение труда, социальное нерав-во. 3 ошибки социобиологии (по Р. Бхаскару): 1) социальные стр-ры в отличие от приро­дных не существуют независимо от видов деятельнос­ти, направляемых ими; 2) социальные стр-ры в отличие от природных не существуют независимо от понимания деятелями того, что они совершают, осуществляя свою деятель­ность Бурдье возражает в смысле: люди тоже принимают легитимность власти бессознательно); 3) социальные стр-ры в отличие от природных могут быть лишь относительно устойчивыми (возражает Аутвейт – природные тоже).

Гносеологический (связанный с процессом познания объекта и вычленения предмета исследования) аспект социальной коммуникации. Гносеология (греч. gnosis "познание" + logos "учение") — теория познания, коя применительно к изучаемому объекту включает научную аргументацию той или иной гипотезы, со­держит с-му доказательств в пользу выдвигаемой гипотезы, критерии истинности выводов и наблюдений и в конечном счете позволяет обосновать предмет исследования и сформули­ровать проблематику научной дисциплины, которая изучает данный предмет. Гносеология имеет ряд проблемных вопросов:

1. Взаимодействие коммуникации и социальных стр-р (т. е. зависимость коммуникативных стр-р от социальных). 2 Определение функции социальной коммуникации. (Взаимодействие с целью обмена и передачи инф-ции и воздействия посредством этой инф-ции на индивида или общество).

3. Обоснование единиц (социальной) коммуникации. (Данная единица должна не просто представлять инф-цию, а сообщать её.) 4. Понимание социальной информации (инф-ция д. б. социально значимой). 5. Обоснование социальных категорий коммуникации. (К социальным категориям, существенным для коммуникации, обычно относят социальный статус коммуникантов, их социальные роли, ситу­ацию, установку и оценку.)

Методологический (связанный с обоснованием подхода или принципов научного анализа) аспект социальной коммуникации. Методологию (греч. methodos "путь исследования, позна­ния" + logos "слово, учение") иногда противопоставляют те­ории. В отеч. научной традиции методика понимается как совокупность приемов исследования, включая технику и разнообразные операции с фактологическим материалом. Методология понимается как с-ма 2научных принципов, на основе коих строится исследование и определяется выбор способов научного позна­ния — методов и приемов исследования. Она складывается из теории социального познания, с-мы методов социального познания и анализа коммуникативных с-м, актуализируемых в обществе.

3. Моделирование коммуникации. Структурные и описательные модели. Социологические доминанты коммуникации. Виды социологических доминант и их характеристика.

Социологическая доминанта – это соц-но обусловленная и доминирующая хар-ка к-ции, коя нормативно закреплена в речевом этикете и имеет статус категории. Доминанты можно представить в 4 группах: 1) стратификационной, 2) ситуативной, 3) оценочной и 4) функциональной. В 1) группу входят доминанты, обусловл-ые социологич фактором – соц стратиф-ей общества и языка (соц статус коммун-ов, соц дифф-ия, интерация и интерференция). Ко 2 группе относят 4 осн категории – ком-ая роль, комм-ая сфера, комм-ая ситуация и комм-ая установка. 3 (оцен доминанты) -- явл-ся сопряженными категориями, в комм-ом процессе они проявл-ся одновременно и в совок-ти предст-ют оценочную ориент-ию комм-ов. 4 -- выделение категорий основ-ся на выделении функций соц-ой комм-ции. (3 осн ф-ции: информ-ой, прагматич-ой и экспрессивной; специализир-ые ф-ции (их группы): контактоустанавл-ая, ф-ия самопрезентации, апеллятивная, побудительная, волеизьявит-ая, регул-ая, ритуалн, перформативная).

**4. Ситуативная группа социологических доминант коммуникации. Взаимосвязь и взаимообусловленность ситуативных доминант. Коммуникативное поведение как особая категория социальной коммуникации***.*

К этой группе относятся четыре основных категории — коммуникативная роль, коммуникативная сфера, коммуника­тивная ситуация и коммуникативная установка.

1) Коммуникативная роль как социологическая доминанта со­пряжена с категорией социального статуса. Её признаки: "лидер -- рядовой". Между ролью и статусом существует двусторон­няя связь.

2) Коммуникативная сфера -- социально обуслов­ленная область коммуникативной деятельности ч-ка, име­ющая свои функции, определяемые коммуникативными пот­ребностями — необходимостью сообщить или получить некую информацию. Они связаны с общественной деятельностью людей, в основе коей лежат духовные связи и производственная деятельность разнообразного характера. Коммуникативная сфера актуализируется в сложной комму­никативной единице -- дискурсе. Особенностью коммуникатив­ной сферы является ее динамичность -- способность многок­ратного изменения тематического поля дискурса в зависимости от мотивированности коммуникантов.

3) Социальная коммуникативная ситуация - совокупность условий, в кои включены субъект и объект социальной деятельности и кои оказывают влияние на эту деятельность. В коммуникативном контексте социальная ситуация может быть уточнена как совокупность социально значимых условий актуализации коммуникации, кои спо­собствуют или ограничивают взаимодействие коммуникантов и их взаимное воздействие. Для соци­альной ситуации определяющи 3 условия — место коммуникации, временная продолжительность и ориентация коммуникации и участники коммуникации, как непосредственные, так и окружающие, на­блюдающие.

4) Коммуникативная установка обусловлена социопрагматическими факторами социальной коммуникации — воздействием на партнера с той или иной целью. Установка и способ ее актуализации в значительной степени определяются социальной ситуацией. Она может быть выражена эксплицитно, то есть явно, непосредственно при помощи вербальных средств, или имплицитно — неявно, на­меком при помощи стереотипного высказывания и невербаль­ных средств.

Коммуникативное поведение -- поведение индивида, направленное на передачу или прием информации посредством различных средств коммуникации.

5. Когнитивизм. Когнитивный подход в современной науке. Когнитивная деятельность индивида. Категория социального познания. Характеристики социального познания (социальный характер субъектов, социальное происхождение, социальная разделенность). Влияние социального контекста и культурной среды на социальное познание.

Когнитивизм пытается объяснить социальное поведение при пом. описания преимущественно познавательного процесса отдел. ч-ка. Формируется в психологии 50-х гг. Это отказ от традиционных принципов бихевиоризма с его примитивными попытками объяснить человеческое поведение через «стимул-реакция». Долго считали, что поступки человека – это отражение его сознания.

Когнитивизм – взгляд в науку, согласно коей ч-ческая деятельность должна изучаться как с-ма переработки инф-ции, а поведение ч-ка должно объясняться в терминах его внутреннего состояния: получение инф-ции, переработка, хране8ние, мобилизация инф-ции для решения конкретных возникающих задач.

2Когнитивная деятельность – это деятель2ность, в результате коей ч-к приходит к определенному решению или знанию (мыслительная деятельность, коя приводит к пониманию или интерпретации чего-либо)

Составляющие когнитивной системы разума: Память, внимание, воображение, восприятие, мышление – самостоятельные механизмы обработки инф-ции.

Когнитивная деятельность – составная часть человеческого сознания.

Человеческое сознание: - когнитивная деятельность

1. компетенция – способность интерпретировать акты сознания
2. конкретное знание / результат когнитивной деятельности

Социальное познание – познание которое имеет:

1. социальное происхождение (решающую роль в нем играет коммуникация, оно возникает в результате взаимодействия)
2. социальный характер субъектов - человек, группы, социальная общность, которые находятся во взаимодействии – социальные срезы (несколько интерпретаций): - экологическая среда обитания,
3. многочисленные социальные группы
4. языковая среда
5. межгрупповые отношения
6. познание социально разделено (его результаты являются общими для определенной группы или общества). Познание неповторимо: нет 2-х людей, которые имели бы одинаковые результаты познания, но мы получаем общие представления благодаря коммуникациям, т.е. образ социального мира выстраивается нами сообща.

5 типов индивидуального познания:

1. Рациональный человек – жесткое различие между доводами и эмоциями, познает мир по логике, не поддаваясь эмоциям, смысл познания – привести в порядок свои когнитивные структуры.
2. Наивный психолог – основывается на наборе стандартных характеристик (молодые а легкомысленные)
3. Производитель данных на основе только той инф-ции, которая к нему поступает.
4. Когнитивный скупец – стремится сэкономить свои суждения, не помнит всех характеристик и поэтому часто ошибается.
5. Когнитивно-аффективный - в своих оценках опирается на эмоции.

6. Типология объектов социального познания. Понятие «социальная среда» и его интерпретации. Теории когнитивного соответствия (теория структурного баланса Ф.Хайдера, теория коммуникативных актов Т.Ньюкома, теория контруэнтности Ч.Осгуда и П.Танненбаума, теория когнитивного диссонанса Л.Фестингера).

Интеракция – обмен инф-цией, энергией и веществом между человеком и окружающей средой. Основные составляющие этого обмена (фокусы человеческой активности) - интеракция, ассоциирование, питание, различение полов, территориальность, временные отношения, учение, игра, самозащита, использование орудий. Благодаря им обеспечивается воспроизводство жизненных социокультурных систем. Использование этих механизмов невозможно в рамках 1 подхода а необходим симбиоз наук и 3 вида знания:

1. о человеке (его природе, жизненные интенции, стратегии, о поведении в различных ситуациях)
2. знание свойств различных элементов среды
3. о механизмах взамосвязи человека им его среды обитания (жизнесберегающие связи).

***Вопрос 7. Понятие об уровнях коммуникации. Критерии выделения уровней. Лингвистический уровень и его основные единицы. Речевой акт и его основные характеристики Отличия предложения от высказывания. Дискурс и его характерные свойства. Понятие «фрейм». «Модель ситуации» Т.А. ван Дейка. Ситуативный тип» Майкла Хэллидея***.

При коммуникации мы используем различные средства. Они имеют 3 базовые ф-ции: информационную, экспрессивную и прагматическую (способность передавать определенную коммуникативную установку). Все средства при этом несут различную функциональную нагрузку – оценочные высказывания/экспрессивная ф-ция, повелительные/прагматическая, лексемы/информационная. Коммуник-ые средства могут быть по своей природе вербальные, невербальные, синтетические знаки. Всю ком-цию можно представить в виде определенных уровней, на которых каждое из средств по-своему передает инф-цию.

5 уровней коммуникации:

1) семиотический – используются знаки

2) лингвистический или языковой – используются слова и словосочетания

3) металингвистический или метаязыковой – используются термины. Метаязык – язык второго порядка (научный)

4) паралингвистический (рядом, около) – кинемы (жесты, позы и т.д.)

5) синтетический – художественные образы.

Уровень не равен иерархии, не строгая последовательность, свободно взаимодействуют друг с другом.

Лингвистический уровень имеет вербальную основу. Основные единицы языка – слова, с их помощью мы представляем информацию.

Характеристики лингвистического уровня:

1. ком.связанность (концентрируется вокруг определенной темы)
2. ситуативная обуссловленность
3. динамичность (тема может видоизменяться)
4. социальная ориентация на конкретного адресата
5. 22неоднородная структурированность
6. недискретность (сложно определить точные границы)

Речь отличается от языка своей ситуативной привязанностью. Коммуникация реализуется в речевых актах согласно нормам речевой деятельности.

Характеристики речевых актов:

1. целенаправленная деятельность в соответствии с определенными правилами а намеренность (ком.установка)
2. целеустремленность – воздействовать на адресата с помощью экспрессивных средств
3. конвенциальность

Речевой акт соотнесен с лицом говорящего. Он реализуется в высказывании, коммуникативные возможности которого гораздо шире, чем у предложения, т.к. оно привязано к ситуации и в нем можно использовать невербальные средства. Высказывание реализуется в речи, а предложения – это его коррелят в письменной форме. Высказывание – основная единица лингвистического уровня и имеет ряд признаков:

1. ситуативность
2. социал.обусловленность
3. вариативность (можно варьировать не только вербальные но и невербальные средства с целью придания им экспрессии)
4. избирательность по отношению к отдельным компонентам ситуации (официальн. или неофициальн.)
5. неустойчивость (сущ. только в момент речи).

Дискурс – серия высказываний, которые объединяются общей темой и ситуацией общения (связный текст, творимый в речи). Обладает некой общей стратегической ком.установкой.

Виды дискурса:

1. комплиментарный (дополнительная информация – устаановка на ее получение)
2. координирующий (установка скоординировать всю инф-цию, чтобы получить истину)
3. компететивный (переубедить друг друга, что-то доказать)

Дискурс – сложная ком.единица.

Модели дискурса:

Фрейм – фиксированная система параметров, описывающая тот или иной объект. Конвенциональная природа у фреймов. Некоторые ситуации не описываются фреймом.

Сценарии – это дискурс другими словами.

Модель ситуации Ван Дейка – фрейм – абстрагируемая модель. Нужно знать личностные знания носителей языка (опыт, мнение, интересы, эмоции), уникальные характеристики ситуации. Выделил частные и общие модели. Частные – отдельные, общие – ближе к фрейму. Чтобы адекватно оценить ситуацию – 3 вида инф-ции:

1. инф-ция общего хар-ра (фрейм)
2. конечное информационное состояние дел
3. инф-ция о всех предшествующих взаимодействиях.

Майкл Холлидей – модель ситуативного типа, выделение 3-х основных компонентов дискурса:

1. поле (социальный контекст)
2. смысл (межличностный компонент).Здесь код (использование языка в силу социального положения в обществе) и регистр (социально-экспрессивная установка, реализуется в определенной тональности – определенная интонация, ударение и специальная лексика, имеющая модальную окраску)
3. способ (канал передачи инф-ции) – устная или письменная речь, монолог или диалог.

Дискурсы можно различать по ком.сферам: бытовой, деловой, научный, газетно-публицистичный и т.д.

***Вопрос 8. Семиотический уровень коммуникации. Существующие типологии знаков. Типология знаков Ч.Пирса. Оппозиция как семиотическая закономерность. Основные типы семиотических моделей. Аспекты семиотики.***

Семион – знак, признак.

Знак – это материальный или идеальный предмет, выступающий в качестве представителя другого предмета и используемый для приобретения, хранения, переработки и передачи сообщения. Семиотика – наука которая изучает общие свойства знаков, строение и функционирование знаковых систем.

Аспекты семиотики (Лотман):

1. понимание семиотики как научной дисциплины
2. понимание семиотики как метода, который проникает в различные гуманитарные дисциплины. Подход определяется не природой самого объекта, а способом анализа. Здесь уже допускается как семиотический, так и несемиотический подход.
3. Своеобразие научного психологического исследования и склад его познающего сознания.

Типология знаков Ч.Пирса:

У каждого знака две стороны: а) означающее (форма) и б)означаемое (содержание). Типология основана на взаимоотношениях а) и б).

- Иконические знаки (знаки-образы). Отношения между а) и б) - подобие (рисунок человека и сам человек).

1. Знаки – инде8ксы, сменность а) и б) (дым является индексом огня)
2. Знаки – символы, здесь условная установленная по соглашению связь а) и б) (зеленый крест означает аптеку). Символ имеет общее значение, поэтому обозначает не отдельный предмет, а род предметов.

***Вопрос 9. Знаковые системы и их типы (А. Соломоник). Естественные знаки и их свойства. Общая характеристика образных знаков. Изоморфизм образа. Конвенциональные образы. Системы простейших образных знаков. Языковые системы. Слово как базисный знак языковых систем.***

А.Соломоник – типология знаков.

Естественные знаки – это предмет реального мира, который сам является частью целого, свидетельствует о других частях этого целого, об их связях и тенденциях (дым – часть, огонь – целое).

Образные знаки. Главная черта - изоморфизм, подобие по отношению к изначальному (навигационные карты, географические и т.д.)

***Вопрос 10. Металингвистический уровень коммуникации.. Характерные особенности метаязыковой коммуникации. Паралингвистический уровень коммуникации. Особенности взаимодействия вербальных и невербальных средств коммуникации.***

Металингвистический уровень. Метаязык – язык второго порядка (в науке). Ком.ф-ция реализуется в высказывании, которое является и основной единицей.

Особенности:

1. ограниченная вариативность, стремление к однозначной интерпретации
2. доминирование информативной функции
3. стереотипность речевых актов
4. социальная ориентированность в первую очередь с т.зр. научной компетенции и проф.ориентации.
5. более последовательное соблюдение речевой этики, которая принята в научной сфере ком-ций.

Паралингвистический уровень. В узком смысле тут рассматриваются тон голоса, тембр, высота голоса и т.д. В широком смысле – кинетика – совокупность жестов, телодвижений, поз, мимика + графические средства (плакаты, схемы и т.д.). Кинема – единица паралингвистического уровня.

Это наиболее древний способ передачи информации. Так передается около 65% всей инф-ции.

Особенности взаимодействия вербальных и невербальных средств коммуникации.

9 вопрос.

Семиотическая система создавалась в рамках общества, она характеризует развитие общества.

Виды семиотических систем:

1. искусство прогностики, т.е. предсказания, приметы.
2. Мусичесое искусство – музыка, изобразительное искусство, пластика
3. Практические искусства – дизайн, архитектура, мода
4. Искусство управления – меры веса, денег, различные ориентиры
5. Искусство воспитания – обряды, игры, спорт, состязания
6. Логические искусства – эпос, лирика, бытовая речь, проза, диалог
7. Язык – самая высокоразвитая. При помощи языка можно описать все другие системы.

Функции семиотических систем:

1. Передача сообщения, имеющейся инф-ции.
2. Создание инф-ции (новой)
3. Память – способность хранить и воспроизодить инф-цию.

Семиотические системы можно назвать мыслящими структурами, потому что они соответствуют ф-циям деятельности человека.

Семиосфера – это синхронное семиотическое пространство, заполняющее границы культуры и являющиеся условием работы отдельных семиотических структур и одним их порождением или результатом.

**Вопрос конец 10 – 11.**

При взаимодействии вербальные и невербальные средства коммуникаций либо дополняют друг друга, либо наоборот, противоречат друг другу. Кроме слов человека мы обращаем внимание на его лицо. Также надо обращать внимание на голос и тело. Человек не может контролировать все свои мышцы. Проявление лжи можно узнать при несоответствии выражения лица словам или жесту.

5 категорий невербального поведения:

1. эмблема – опред.движения, позы, смысл которых можно передать с помощью 2-3 слов (пожатие плечами и т.л.). Эмблемы показывают намеренно. Если она показывается ненамеренно, то она может выдать ту инф-цию, которая скрывается.
2. Иллюстрации – движения дополняющие речь. Они иллюстрируют речь. Если человек не может подобрать нужное слово, иллюстрация как подсказка. Не имеет значения отдельно от слов.
3. Выразители аффекта – использование мимических средств.
4. Регуляторы – формы поведения, которые регулируют разговор между 2-мя индивидами, национальная характерист8ика.
5. Адаптор /манипуляции – все те движения, кото2рые массируют, потирают и т.д. Они находятся на краю нашего сознания.

Каган: Все виды невербального поведения можно разделить по нескольким основаниям:

1. источник невербального поведения – эмоции или содержание процесса общения
2. осознаваемость или неосознаваемость
3. продолжительность

На их основе выделено 6 видов невербального поведения.

1. выделение – непродожительные жесты, сопровождающие высказывание, связано с содержанием.
2. Фассимитация (облегчение) – ускорение коммуникации, облегчение ком-ции (неосознаваемое поведение)
3. Изображение – осознанные жесты
4. Демонстрация аффекта – использование мимики с целью выражения своего состояния - это намеренные жесты
5. Осознанное открытие – знаем, что делаем, но что стоит за этим не знаем
6. Неосознанное открытие – жесты, которые отражают поведение характерное для стрессовых ситуаций.

**13. Специфика семиосоциопсихологической теории коммуникации. Категории «речь», «дискурс», «текст». Трактовка текста как коммуникативно-познавательной единицы. Понятие «текстовая деятельность». Понимание диалога как смыслового контакта индивидов, «эффект диалога». Соотношение понятий «коммуникация», «псевдокоммуникация» и «квазикоммуникация».**

ССП подход новый, современный. Его основатель – Г.М. Друдзе (80-90гг). ССП – новое комплексное направление социально-псих исследований. Оно акцентирует внимание на знаковом общении как процессе обмена текстуально организованной смысловой информации. Основной категорией системы Друдзе является текст. Это система коммуникативно-познават элементов. Они функционально объединены в единую замкнутую содерж-смысловую структуру при помощи общего замысла. Это сложный знак наиболее высокого порядка. Он организован вокруг коммуникативных намерений коммуникаторов. Важная характеристика текста – намеренность. Т. е. текст возникает намеренно с возникновением жизненной проблемной ситуации, для ее разрешения (текст – разрешение пробл жизн ситуац). Третий фактор, порождающий текст – технология или набор приемов, воплощающих коммуник-познават замысел. Текстовая деятельность универсальна и интерпретируется по общечеловеческим законам. Речь (ее единица – речевой акт) – целенаправленное речевое поведение, кое осуществляется в соответствии с правилами речевого поведения, принятыми в данном обществе. Ему характерны: 1) намеренность; 2) целеустремленность (стрем воздействие на адресата); 3) конвенциональность. Реализуется в высказывании (ситуативность, соц обусловленность, вариативность, избират неустойчивость). Дискурс – серия высказываний, кои объединены общей темой, общей ситуацией общения. 3 вида: 1) комплиментарный – устан получ инфо; 2) координирующий – гл найти истину; компететивный – гл переубедить. Свойства: 1) тематич связан; 2) ситуативн обусловлен; 3) динамичность – тема может меняться; 4) соц ориентирован; 5) неоднороден – неязык и язык факторы; 6) недискретность – сложно определить точные границы дискурса. «Эффект диалога» - возникает, когда у общающихся есть способность и стремление адекватно истолковать коммуникативные намерения друг друга. Псевдокоммуникация – неудавшийся диалог. Когда попытка диалога не увенчалась адекватной интерпретацией коммуникативный интенций. Квазикоммуникация – ритуальное действо, когда реальный диалог отсутствует, она подменяет действительное общение. Коммуникация – настоящее общение. Социология комм-й – обмен действиями порождения и интерпретации текстов. Друдзе говорит о том, что роль коммун-познават деятельности чрезвычайно высока. Без нее в совокупности с матер-практической деятельностью не возникло бы ни культуры, ни социальности.

14. Понятие языковой личности. Основные характеристики теоретико-гносеологической модели языковой личности. Коммуникативная личность и ее моделирование. Критерии оценки коммуникативной личности.

Языковая личность – это понятие введено и наиб детально разработано Карауловым. Яз личн – это совокупность способностей человека, кот обуславливает процессы создания и восприятия текстов. Эти тексты различ по 3 параметрам: 1) степенью структурной языковой сложности; 2) глубиной и точностью отражения действительности; 3) целевой направленностью. Структура яз личности имеет 4 уровня: 1) прагматический/мотивационный – связан с целями, задачами, мотивами, намерениями говорящего. Гл-е целеустановка, то чего хотим добиться в результате коммуникации, улавливать эти хар-кт трудно; 2) лингво-когнитивн ур – связан с сознанием, совокупность тех данных, кот чел-к извлекает из своего познават-го и интеллектуального опыта. Разные картины мира служат для сравнения; 3) вербально-семантический – складывается из лексикона индивида, т.е. всего запаса слов и словосочетаний индивида. Учитывается не только количество слов, но и умение варьировать, дифференцировать их в связи с нормами, в завис от ситуации, кажд слово свое означает; 4) нулевой уровень (разраб-л Караулов) – уровень обыденного языка (как пройти? и тд). По Караулову яз личность начинается по ту сторону обыденного языка. Эти уровни иерархически организованы, т.е. 0 – наиболее низкий уровень и тд. Коммуникат личность – понятие шире яз личн, тк предполагает использование как верб так и неверб средств коммун-ии. Некоторые характеристики яз и комм личн пересекаются, но это не означает их тождество – различие: 1) эти характеристики занимают различное место в структуре языковой коммм личн, 2) их содержательная интерпретация совпадает лишь частично. *Определение комм личн* – *совокупность индивидуальных свойств и характеристик личности, кот опред-ся: 1) степенью коммуник потребностей (мотивация); 2) когнитивным диапазоном (уровень разв сознания, кот сформир-ся познавательным опытом человека); 3) собственно коммун компетенцией человека. Компетенция – умение выбора коммуникативного кода, обеспечивающего адекватное восприятие и целенаправленную передачу инфо в конкр ситуации.* Коммун личн – моделируется посредством ее 3-х основных параметров и того как в ситуации они актуализируются – одновременно актуализируются эти хар-ки!) (воздействие ситуативных факторов): 1) функцион-й пар-р. в ситуации общения он реализуется в88 3- направлениях: 1 – уровень владения верб и неверб средствами коммун-ии для выражения 3-х базовых функций языка (информ, прагм, экспрессивн); 2 – у2мение варьировать средства в завис от ситуации; 3 – следование нормам использ коммун кода. 2) когнитивный параметр – уровень развития сознания человека: 1 – адекватное восприятие информации; 2 – способ воздействовать на собеседника; 3 – оценка и самооценка человека, знание коммуник норм. 3) мотивацион пар-р – это центр-й уровень, тк потребность получать или передавать инфо – стимул коммуник. Это совокупность коммуник потребностей и установок человека. Критерии оценки комм личн – ими явл эффект выполнения человеком основных соц значимых функций – 2 вида: функция взаимодействия и воздействия. В зависимости от этого критерия люди делятся на 2 категории – личность как индивид и личность как индивидуальность. Личность-индивидуальность обладает 2 хар-ми: коммуникабельность и харизма. Коммуникабельность – способность человека легко и по собственной инициативе устанавливать контакт в любой сфере общения и умело поддерживать контакты. Это реальная функция взаимодействия. Харизма – обаяние, притягат личн, кот обусловл внешн и внутр характ-ми чел-ка. Это дар убеждать: реализация функции воздействия.

15. Виды коммуникации: межличностная коммуникация. Функции, категории, условия актуализации межличностной коммуникации. Особенности межличностной коммуникации и условия ее эффективности. Механизмы межличностного восприятия. Проблемы адекватности речевого восприятия.

Если брать за основание классиф масштабность то тип комм – массовая ограниченная ( в рамках большой соц группы), внутригрупп (в малой группе) – межличностн и внутриличностн. Межличностн комм – процесс одновременного речевого взаимодействия 2- индивидов и их воздействие друг на друга. 3 Функции: базовые функции коммуник (информ, прагматич-я, экспрессивная) + 2 социально значимые функции: взаимодействие и воздействие. Они актуализируются в частных функциях. В основе этих частных функций лежит мотивационный принцип. Мотивационные теории 2-х групп [см Конецкая стр 182-183]: мотив-е теории равновесия (баланса- дисбаланса) (теория Ф.Хейдера о когнитивном балансе; теория Фестингера когнитивного диссонанса; Э.Гоффман теория «управление впечатлением») и мотив теории удовлетворения потребностей (А.Маслой теория потребностей; Дж.Хоманс и Р.Эмерсон теория социального обмена). Особен межл комм: 1) неизбежность. Человек не может жить без общения. Общение одно из важн-х потр-й чел-ка. 2) необратимость – слово не воробей. 3) непосредственная обратная связь. 4) межличностные отношения – они складываются в результате деловых и творческих контактов (офиц, неофиц, в рез спос-ти людей эмоц воспринимать др друга – эмпатии). Наряду с психол-м и соц-м факторами, большую роль в межл отн играет эмоцион-й фактор – поэтапность: 1) этап познания (сбор инфо, изучение), 2) начальное общение, 3) взаимное изучение (больше инфо), 4) интенсификация отнош, 5) близость. Разрыв: 1) топтание на месте (теряется жизн смысл), 2) ослабл отношений, 3) индивидуализация, 4) отделение, 5) послесловие. + на межл отн оказ влияние условия, в кот происходит общение. Еще один особенность межл комм – многоканальность передачи инфо (видим, слышим, нюхаем, трогаем, чувствуем и тд). Условия эффективн мелж комм – то, насколько эффективно прошла комм-я можно определить по результатам актуализации 2-х основных функций: взаимодействие и воздействие. Они зависят от 3-х условий: 1) типы комм-х личностей, 2) восприят смысловой и оценочной инфо, 3) целенаправл воздействие собеседников друг на друга. Комм-я наиболее эффективна при след вариантах реализации данных условий: 1) совместимость – гл образом когнитивных параметров личности, 2) адекватность восприятия смысловой и оценочной инфо, 3) воздействие через убеждение.

16. Особенности межличностной коммуникации в малых группах. Этические принципы межличностной коммуникации. Этические дилеммы и конфликты моральных ценностей. Основные аспекты исследования этики при коммуникации в малых группах. Этическая ответственность получателя и отправителя информации.

Межл **комм**-**ци**я **в малых группах** – данной проблемой занимался Крысин. К малым группам он причисляет – группы числ-тью 3-15 чел – семья, коллектив, круг друзей. В группах наличествует речевая сплоченность. Она тем сильнее, чем соц однороднее группа, чем она сплоченнее и чем дольше она существует и чем чаще они встречаются. У них вырабатываются значимые шаблоны – слова и словосочетания, характерные только для данной группы и только в ней понятные.