**Установочные материалы по дисциплине «Социальные коммуникации. Психология»**

**для направления подготовки (специальности) 08.04.01 – Строительство**

**Магистерская программа – Промышленное и гражданское строительство**

**Цель и задачи дисциплины (модуля)**

Цель изучения дисциплины:

Формирование навыков конструктивного социального взаимодействия, компетентности в сфере профессиональных коммуникаций основанных на знании психологических особенностей субъектов взаимодействия и актуальных потребностей профессиональной деятельности.

Задачи изучения дисциплины:

* овладение теоретическими знаниями в области общения и взаимодействия в практической профессиональной деятельности строителя;
* обучение основам решения задач социальной коммуникации, по развитию коммуникативных компетенций у участников коммуникативного процесса в сфере профессиональной деятельности строителя;
* развитие навыков конструктивного взаимодействия в практической профессиональной деятельности строителя.

**Структура дисциплины для заочной формы обучения**

1. Введение в теорию коммуникации.

 Предмет, структура, задачи курса. Категории и понятия науки о социальных коммуникациях. Коммуникативная деятельность людей. Проблематика социальной коммуникации в социальной психологии. Функции интегральной теории социальной коммуникации. Основные составляющие социальной коммуникации.

1. Межличностное общение и коммуникации.

Коммуникация как процесс. Формальная и неформальная коммуникации. Категория «общение» в современной отечественной и зарубежной психологии. Общение как форма взаимодействия субъектов. Личность в системе коммуникаций. Особенности речевого поведения партнера. Основы невербального общения.

1. Психология массовых коммуникаций. Психология массовых настроений.

Массовые явления в коммуникации. Понятия «массовое сознание», «массовая коммуникация». Психологические эффекты массовой коммуникации (внушение, убеждение, заражение, подражание). Манипулятивные технологии в системе массовых коммуникаций. Особенности массовой коммуникации. Понятие «массовые настроения» (психология религии, психология моды, психология сплетен и слухов, PR- технологии и пропаганда)

1. Взаимодействие субъектов коммуникативного процесса.

Процесс информационного обмена в социальных организациях и в обществе в целом. Психология общения и переговоров. Методы исследования коммуникативных качеств субъектов профессиональной деятельности. Общая характеристика взаимодействия. «Барьеры общения и социального взаимодействия. Эффективные коммуникации

**Практические занятия**

|  |  |
| --- | --- |
| Т ема | Содержание |
| Предмет, структура, задачи курса.Категории и понятия науки о социальных коммуникациях. Коммуникативная деятельность людей. Основные составляющие социальной коммуникации.  | Коммуникативная деятельность людей, обусловленной рядом социально значимых оценок, конкретных ситуаций, коммуникативных сфер и норм общения, принятых в обществе. Социальная коммуникация как движение смыслов в социальном времени и пространстве. Функции интегральной теории социальной коммуникации: трансляционная, стратегическая, терминологическая, практическая, методологическая, общенаучная, мировоззренческая. Основные понятия: 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. |
| Личность в системе коммуникаций. Особенности речевого поведения партнера. Деловая культура и психология общения в сфере строительства. Общение как форма взаимодействия субъектов. Основы невербального общения. | Модель языковой личности по Ю.Н. Караулову. Качественные признаки языковой личности в рамках вербально-семантической, когнитивной прагматической характеристик. Общение как реализация всей системы отношений человека – и общественных и межличностных (М.В. Гамезо), общение как средство формирования общности индивидов, выполняющих совместную деятельность (Б.Ф. Ломов), общение как особый вид деятельности, специфическая форма взаимодействия с другими людьми, средство его организации (А.Н. Леонтьев), тенденция к противопоставлению общения и деятельности (Ш. Тейлор, Л. Пипло, Д. Сирс) и др. А.А. Бодалев Средства общения (по А.А. Бодалеву): Речь. Преломение слов и правил для человека через призму его собственной деятельности (личностный, субъективный смысл) и неточное понимание. Система паралингвистическая и экстралингвистическая. Оптико-кинетическая система знаков – жесты, мимика, поза, визуальный контакт, которые могут усиливать, дополнять или опровергать смысл фразы. Система организации пространства и времени коммуникации. Расстояние. Предметные контактные, тактильные действия. Ольфакторные средства. Стиль общения. Уровни общения (по Б.Ф. Ломову): Макроуровень. Микроуровень. Аргументация в информационно-коммуникативном процессе. Доказательство, подтверждение, оправдание, объяснение, интерпретация, возражение как элементы коммуникативного процесса. Социальная коммуникация по типу аудитории: специализированная и массовая. Социальная коммуникация по источнику сообщения: формальная и неформальная (официальные заявления властей- первый вид, слухи о звездах – второй вид). Социальная коммуникация по каналу передачи: вербальная и невербальная. Понятие информационной доминанты коммуникации. Стратификационные доминанты: социальный статус коммуникантов, социальная дифференциация, социальная интеграция, социальная интерференция. Ситуативные доминанты: коммуникативные роли, коммуникативная сфера, коммуникативная ситуация, коммуникативная установка. Оценочные доминанты: ценностная ориентация, оценочная информация, оценка партнера, самооценка, социальный стереотип. Мотивированность действий коммуникантов. |
| Массовые явления в коммуникации. Понятия «массовое сознание», «массовая коммуникация». Психологические эффекты массовой коммуникации (внушение, убеждение, заражение, подражание). Манипулятивные технологии в системе массовых коммуникаций. Особенности массовой коммуникации.  | Классическая парадигма коммуникации (Г. Лассуэл). Новая коммуникативная стратегия. Функциональный подход в исследовании сущности массовой информации. Теория массового общества. Критическая теория. Теория гегемонии массовой коммуникации. Теория эгалитарной массовой коммуникации. Структурные направления в исследовании массовой коммуникации. Современный социокультурологический подход к пониманию массовой информации. Концепция свободного потока информации. Бирмингемская школа методологического коллективизма. Культурологическая теория коммуникации. Теория коммуникативной компетентности. Теория минимального познания. Теории массовой коммуникации в отечественных и зарубежных исследованиях. Сущность и функции массовой коммуникации. Массовая коммуникация и сфера общественных связей и отношений. Моделирование массовой коммуникации, особенности структурных элементов массовой коммуникации. Социально-психологические, информационные и коммуникативные факторы, способствующие воздействию массовой коммуникации. Средства массовой коммуникации и средства массовой информации. Система средств массовой информации. Репрезентативная система в социальной коммуникации. Виды сенсорных каналов. Формирование раппорта (отношений взаимопонимания). Общие требования к коммуникатору и адресату (аудитории): минимум общих (базовых) знаний; владение общими вербальными и невербальными коммуникативными единицами; владение общим кодом; совместная мотивация коммуникации. Умение говорить. Умение слушать. Социально-психологические сценарии поведения в социальных коммуникациях. Психологическая подстройка к партнеру. Приемы психологического присоединения. Механизм социальной коммуникации – обмен действиями порождения и интерпретации текстов, т. е. текстовая деятельность, в ходе которой выясняется, способны или не способны люди понимать друг друга. Коммуникативное поведение и коммуникативная деятельность. Варианты знакового общения: коммуникация (диалог, взаимопонимание, смысловой контакт); псевдокоммуникация (попытка диалога, не увенчавшаяся адекватными интерпретациями коммуникативных интенций); квазикоммуникация (ритуальное действо, подменяющее общение, не предполагающее диалога по исходному условию). Слово, знак как «строительный материал» для донесения интенциональности текста. Значение и смысл в знаковой коммуникации. Интенциональность как основная смыслообразующая |
| **Роль социальной психологии в управлении строительством.** Процесс информационного обмена в социальных организациях и в обществе в целом. Психология общения и переговоров. Общая характеристика взаимодействия. Эффективные коммуникации | Подбор сотрудников для совместной деятельности в строительстве, командном общении. Правила командной работы как основы межличностного взаимодействия. Репрезентативная система в социальной коммуникации. Виды сенсорных каналов. Формирование раппорта (отношений взаимопонимания). Общие требования к коммуникатору и адресату (аудитории): минимум общих (базовых) знаний; владение общими вербальными и невербальными коммуникативными единицами; владение общим кодом; совместная мотивация коммуникации. Умение говорить. Умение слушать. Социально-психологические сценарии поведения в социальных коммуникациях. Психологическая подстройка к партнеру. Приемы психологического присоединения. Механизм социальной коммуникации – обмен действиями порождения и интерпретации текстов, т. е. текстовая деятельность, в ходе которой выясняется, способны или не способны люди понимать друг друга. Коммуникативное поведение и коммуникативная деятельность. Варианты знакового общения: коммуникация (диалог, взаимопонимание, смысловой контакт); псевдокоммуникация (попытка диалога, не увенчавшаяся адекватными интерпретациями коммуникативных интенций); квазикоммуникация (ритуальное действо, подменяющее общение, не предполагающее диалога по исходному условию). Слово, знак как «строительный материал» для донесения интенциональности текста. Значение и смысл в знаковой коммуникации. Интенциональность как основная смыслообразующая характеристика текста. Механизмы понимания реальности: дедукция (рассуждение от посылки к следствию) и апдукция (рассуждение от следствия к посылке). Универсальные способы постижения интенциональности текста. Критерии эффективности социальной коммуникации: желание коммуникатора понятно донести аудитории, зачем он публикует информацию, какова цель трансляции тех или иных событий; доверие; цели автора и аудитории должны соответствовать друг другу; стремление построить материал на основе общечеловеческих ценностей, сделав правильные акценты; сообщения не должны быть навязчивыми или преподноситься в излишне нейтральной форме: это нарушает их естественность, и значит, снижает эффективность воздействия, ассоциируясь с ложью. |

 ***Перечень теоретических вопросов (для оценки знаний):***

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 коммуникации.

**Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины**

1. Адамьянц Т.З. **Социальные коммуникации** : учебник для академического бакалавриата : Учебник / Адамьянц Т. З. - 2-е изд. - Электрон. дан. - М : Издательство Юрайт, 2018. - 200.

<http://www.biblio-online.ru/book/D80D260F-6378-4220-B497-FFE8884A4ED8>

1. Антонова, Н. В. Психология массовых коммуникаций : учебник и практикум для академического бакалавриата / Н. В. Антонова. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 373 с.

<https://biblio-online.ru/book/3BA95C2E-5E2F-49A4-8F06-F301E9D805BE>

1. Болотова, А. К. Социальные коммуникации. Психология общения : учебник и практикум для академического бакалавриата / А. К. Болотова, Ю. М. Жуков, Л. А. Петровская. — 2-е изд., перераб. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 327 с. —

<http://www.biblio-online.ru/book/4C65EFEE-3D22-41FF-9011-95117E822737>

1. Виноградова, С. М. Психология массовой коммуникации : учебник для бакалавров / С. М. Виноградова, Г. С. Мельник. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 512 с.

<https://biblioonline.ru/book/6CEEC0F2-2927-47A3-953C-4625216E4CCD>

1. Лавриненко В.Н. Психология общения : Учебник и практикум / Лавриненко В.Н. - Отв. ред., Чернышова Л.И. - Отв. ред. - Электрон. дан. - М : Издательство Юрайт, 2018. – 350.

<http://www.biblio-online.ru/book/E18CFC86-DBD1-4B7F-ABA2-0A3DC7678291>

1. Жернакова М.Б. Деловые коммуникации : Учебник и практикум / Жернакова М.Б., Румянцева И.А. - Электрон. дан. - М : Издательство Юрайт, 2018. – 370.

<http://www.biblio-online.ru/book/F3C6BD44-D289-4AA4-8409-9D0D60BB76F1>

1. Евгеньева, Т. В. Психология массовой политической коммуникации : учебник и практикум для вузов / Т. В. Евгеньева, А. В. Селезнева. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 299 с. — (Серия : Авторский учебник). — ISBN 978-5534-04973-2.

<https://biblio-online.ru/book/4F6393A8-8E6F-490F-904B-87771854E966>

1. Корягина Н.А. Психология общения : Учебник и практикум / Корягина Н.А., Антонова Н.В., Овсянникова С.В. - Электрон. дан. - М : Издательство Юрайт, 2018. - 437.

<http://www.biblio-online.ru/book/58574FAE-8EC8-4A02-A773-AF6F1BC2147B>

1. Таратухина Ю.В. Деловые и межкультурные коммуникации : Учебник и практикум / Таратухина Ю.В., Авдеева З.К. - Электрон. дан. - М : Издательство Юрайт, 2018. – 324.

<http://www.biblio-online.ru/book/B2B8927E-3F14-44DA-A3DE-80A1BFB73914>

1. Чумиков А.Н. Антикризисные **коммуникации** / А. Н. Чумиков. - Москва : Аспект Пресс, 2013. - 173 с.

<http://e.lanbook.com/books/element.php?pl1_id=69083>