



Силабус освітнього компонента

Програма навчальної дисципліни



Комунікації в організації

Шифр та назва спеціальності

054 соціологія

Інститут

Навчально-науковий інститут соціально-гуманітарних технологій

Освітня програма

Соціологія управління

Кафедра

Соціології і публічного управління (305)

Рівень освіти

Бакалавр

Тип дисципліни

Спеціальна (фахова), Вибіркова

Семестр

6

Мова викладання

Українська

Викладачі, розробники



Калагін Юрій Аркадійович

yurii.kalahin@khpi.edu.ua

Доктор соціологічних наук, професор, професор кафедри соціології і публічного управління. Досвід роботи – 25 років.

Автор 77 наукових та науково-методичних праць. Лектор з дисциплін: «Кадрова робота в організації», «Соціологія культури та гендеру», «Соціологія конфліктус», «Соціологія державного управління та місцевого самоврядування».

Детальніше про викладача на сайті кафедри:

<https://web.kpi.kharkov.ua/sp/professors-ko-vikladats-kij-sklad/>

Загальна інформація

Анотація

Курс «Комунікації в організації» дає можливість студентам розуміти взаємодію соціальних структур суспільства і комунікативних систем різних рівнів, а також виявити взаємозв'язок факторів, що обумовлюють адекватну передачу і сприйняття соціально значимої інформації в організаціях.

Мета та цілі дисципліни

Мета курсу - ознайомлення студентів з сучасними вітчизняними та світовими теоріями соціології комунікацій, їх співвідношенням з суспільством, роллю засобів комунікацій в процесі соціальних змін, а також розкрити сутність основних понять соціології комунікацій та їх використання у вивченні сучасних процесів українського суспільства.

Формат занять

Лекції, практичні заняття, самостійна робота, консультації. Підсумковий контроль – залік.

Компетентності

ЗК-09. Здатність використовувати інформаційні та комунікаційні технології

СК-12. Здатність аналізувати соціальні відносини та ефективність соціальних комунікацій, здійснювати соціологічне забезпечення управління в окремих сферах їх існування

Результати навчання

PH-04. Пояснювати закономірності та особливості розвитку і функціонування соціальних явищ у контексті професійних задач.

PH-07. Вміти використовувати інформаційно-комунікаційні технології у процесі пошуку, збору та аналізу соціологічної інформації

PH14. Знати основні категорії соціального управління, основні типи організаційно-управлінських структур та шляхи оптимізації діяльності персоналу організації, потенціал соціологічного забезпечення управлінського процесу в організаціях; вміти будувати дерево цілей для діагностики діяльності та формувати стратегії розвитку організації.

PH 15. Знати специфіку регулювання соціальними відносинами, вміти здійснювати соціологічний супровід управлінської діяльності в різних сферах суспільного життя як в умовах сталого розвитку суспільства, так і при наявності небезпеки, кризи й загострення ризику.

ii

Обсяг дисципліни

Загальний обсяг дисципліни 90 год. (3 кредита ECTS): лекції – 24 год., практичні заняття – 12 год., самостійна робота – 54 год.

Передумови вивчення дисципліни (пререквізити)

Для успішного проходження курсу необхідно мати знання та практичні навички з наступних дисциплін: " Загальна соціологія ", "Соціологія організацій", "Сучасні соціологічні теорії".

Особливості дисципліни, методи та технології навчання

Лекції проводяться інтерактивно з використанням мультимедійних технологій. На практичних заняттях використовується проєктний підхід до навчання, ігрові методи, акцентується увага на застосуванні інформаційних технологій в соціології.

Програма навчальної дисципліни

Теми лекційних занять

Тема 1. Соціологія комунікації як спеціальна галузь соціології

Соціологія комунікації як спеціальна галузь соціології, що вивчає проблеми взаємодії соціальних структур і комунікативної діяльності їхніх представників. Взаємодія факторів, що визначають природу соціальної комунікації - біологічних, соціальних, етнічних, психологічних та ін. Основні напрямки дослідження соціальної комунікації в закордонних школах: біхевіоризм, небіхевіоризм, символічний інтеракціонізм, феноменологічне напрямок, структурний функціоналізм, постмодернізм. Пошуки нових підходів до вивчення соціальної комунікації.

Тема 2. Семіотика

Символьна комунікація. Типологія знаків по різних підставах. Пражська лінгвістична школа. Соціальний знак як символ. Семіотика – наука о знаках мовної комунікації. Механізм речової комунікації. Особливості стилей викладу у періодичній печаті. Нейтральний стиль, високий стиль, знижений стиль. Значення одиниць мови. Механізми взаємодії соціальних та лінгвістичних факторів. Джерела виразних, емоційно забарвлених засобів мови. Семантика, синтактика, прагматика. Устні канали передачі інформації в формуванні речових норм. Теорія двухфазової, або трьохфазової комунікації. Символьна комунікація.

Тема 3. Системність комунікації

Цілі і функції комунікації в організаціях. Види комунікації в організації. Внутрішньо організаційні та зовнішньо організаційні комунікації в організаціях: зміст, поняття, цілі і завдання.

Класифікація внутрішньо організаційних комунікацій. Суб'єкти і об'єкти зовнішньо організаційних комунікацій організації, їх структура та особливості взаємодії. Основні проблеми комунікації в організаціях. Типологія бар'єрів ділової комунікації: мікро бар'єри і макро бар'єри. Причини виникнення бар'єрів ділової комунікації. Способи вдосконалення комунікаційних процесів в організаціях.

Тема 4. Ефективні ділові комунікації в організаціях

Підходи до розуміння сутності ділової комунікації. Комунікаційна функція керівника.

Класифікація форм ділової комунікації: наради, офіційні і протокольні заходи, зустрічі, прийоми, бесіди, виступи, письмові документи. Діалог і дискусія як загальна форма комунікації. Форми взаємодії у діловому спілкуванні: прес-конференція, презентація, прийом з особистих питань,

брифінг, ділові переговори. Чинники формування ефективних ділових комунікацій. Конфлікти в організації. Кризові комунікації в організації: причини та класифікації. Комунікаційні стилі ефективного ділового спілкування.

Тема 5. Соціальні аспекти комунікації

Поняття функції в соціальній комунікації. Основні функції соціальної комунікації. Фактори, що обумовлюють актуалізацію соціальних домінант комунікації: стратифікаційний, ситуаційний, оцінний і функціональний. Обґрунтування категорій соціального статусу, комунікативних ролей і комунікативних сфер, соціальної ситуації, комунікативної установки, значеннєвої і оцінної інформації та соціальної орієнтації як соціальних домінант. Їхній зміст і засоби актуалізації. Розмежування понять соціального статусу, комунікативної ролі та соціального стереотипу. Конвенціональна обумовленість мовного етикету. Обґрунтування поняття "мовна особистість" у соціологічному аспекті (Ж.Піаже, Л.Колберг, Т.Парсонс, Дж.Мід). "Мовне існування" як одна з найважливіших сфер діяльності людини. Структура "мовної особистості". Вербально-семантичні, когнітивні та прагматичні характеристики мовної особистості в моделі Ю.Н.Караулова. "Індивідуальна мовна особистість" та "колективна мовна особистість". Соціальні характеристики комунікантів. Комунікативна особистість і параметри її моделювання.

Тема 6. Міжкультурна комунікація

Поняття "стереотипів" у соціології. Соціальні, психологічні, етнічні стереотипи. Стереотипизація спілкування та збіднення інформаційної структури комунікації. Тенденція до стереотипизації спілкування в масовій комунікації та в умовах глобального спілкування з метою скорочення тимчасових витрат на освоєння та переробку інформації. Масове споживання як передумова стереотипного спілкування. Роботи Р.Барта та Ж.Бодрийяра про міфологію сучасного спілкування про світ "симулякрів". Поняття "культури". Культура як аксіологічна система. Труднощі збагнення системи стереотипів іншої культури. Міжетнічні конфлікти. Міжконфесійні конфлікти. Конфлікти між різними соціальними шарами в культурі на побутовому рівні. Категорія "толерантності". Перспективи налагодження міжкультурного спілкування.

Тема 7. Інформаційне суспільство та глобалізація комунікативних процесів.

Типологія суспільних формацій. Характерні риси постіндустріального суспільства. Роботи головних теоретиків постіндустріального суспільства (Дж.Гэлбрейт, Д. Белл, М Маклюэн, М. Кастельс, З.Бжезинский, О.Тоффлер, Ф.Фукуяма, С.Л.Афанасьев, У.Л.Іноземців). Місце інформаційних процесів у сучасному суспільстві. Доступ до виробництва та споживання інформації. Поняття інформаційного імперіалізму. Ідеї теоретиків інформаційного суспільства про електронний котедж, світове село. Глобальне спілкування індивідів. Руйнування політичних та економічних меж. Психологічні наслідки комп'ютерного спілкування. Поняття "інформаційної безпеки" в індивідуально-психологічному і соціально-політичному аспектах. Нові соціальні спільності та технології організації соціальної взаємодії через глобальні інформаційні мережі (на прикладі політичної діяльності). Зміна структури сучасних ЗМІ. Влада і типи проведеної нею політики (економічна, соціальна, мовна і т.ін.). Інформаційна політика як інтегроване подання в суспільній думці портрета влади. Основні інформаційні потоки в суспільстві. Довіра в суспільстві владним інститутам. Консолідація інформаційних потоків. Формування державної ідеології. Патріотизм. Інформаційні війни в суспільстві. Компромат у суспільній свідомості. Неefективна інформаційна політика.

Тема 8. Інститути комунікації. Глобальне інтерактивне спілкування

Освіта як інститут комунікації. Суспільна політика в галузі освіти. Критерії комунікативної компетентності. Криза комунікативної компетентності та її наслідки для держави. ЗМІ як інститут комунікації. Еволюція цього інституту в ХІХ - ХХ столітті. Світові інформаційні агентства. Виробники та споживачі новин. Роль ньюсмейкерів у суспільстві. Створення інтерактивного комунікаційного середовища в ЗМІ. Реклама як інститут комунікації. Структура рекламного агентства. Замовники та виробники рекламної інформації. Споживачі рекламної інформації. Моделювання соціальних потреб і соціальної взаємодії в мові реклами. Особливості рекламних текстів. Міжнародні рекламні мережі. Глобальне інтерактивне спілкування. Створення світових інформаційних мереж. Принципи організації спілкування у світовій комп'ютерній мережі. Структура споживаної в мережах інформації. Типові споживачі інформації в мережах. Інтернет.

Теми практичних занять

Тема 1. Соціологія комунікації як спеціальна галузь соціології

Соціологія комунікації як спеціальна галузь соціології, що вивчає проблеми взаємодії соціальних структур і комунікативної діяльності їхніх представників. Взаємодія факторів, що визначають природу соціальної комунікації - біологічних, соціальних, етнічних, психологічних та ін. Основні напрямки дослідження соціальної комунікації в закордонних школах: біхевіоризм, необіхевіоризм, символічний інтернаціоналізм, феноменологічне напрямом, структурний функціоналізм, постмодернізм. Пошуки нових підходів до вивчення соціальної комунікації.

Тема 2. Семіотика

Символьна комунікація. Типологія знаків по різних підставах. Пражська лінгвістична школа. Соціальний знак як символ. Семіотика – наука о знаках мовної комунікації. Механізм речової комунікації. Особливості стилей викладу у періодичній печаті. Нейтральний стиль, високий стиль, знижений стиль. Значення одиниць мови. Механізми взаємодії соціальних та лінгвістичних факторів. Джерела виразних, емоційно забарвлених засобів мови. Семантика, синтактика, прагматика. Устні канали передачі інформації в формуванні речових норм. Теорія двухфазової, або трьохфазової комунікації. Символьна комунікація.

Тема 3. Системність комунікації

Цілі і функції комунікації в організаціях. Види комунікації в організації. Внутрішньо організаційні та зовнішньо організаційні комунікації в організаціях: зміст, поняття, цілі і завдання. Класифікація внутрішньо організаційних комунікацій. Суб'єкти і об'єкти зовнішньо організаційних комунікацій організації, їх структура та особливості взаємодії. Основні проблеми комунікації в організаціях. Типологія бар'єрів ділової комунікації: мікро бар'єри і макро бар'єри. Причини виникнення бар'єрів ділової комунікації. Способи вдосконалення комунікаційних процесів в організаціях.

Тема 4. Ефективні ділові комунікації в організаціях

Підходи до розуміння сутності ділової комунікації. Комунікаційна функція керівника. Класифікація форм ділової комунікації: наради, офіційні і протокольні заходи, зустрічі, прийоми, бесіди, виступи, письмові документи. Діалог і дискусія як загальна форма комунікації. Форми взаємодії у діловому спілкуванні: прес-конференція, презентація, прийом з особистих питань, брифінг, ділові переговори. Чинники формування ефективних ділових комунікацій. Конфлікти в організації. Кризові комунікації в організації: причини та класифікації. Комунікаційні стилі ефективного ділового спілкування.

Тема 5. Соціальні аспекти комунікації

Поняття функції в соціальній комунікації. Основні функції соціальної комунікації. Фактори, що обумовлюють актуалізацію соціальних домінант комунікації: стратифікаційний, ситуаційний, оцінний і функціональний. Обґрунтування категорій соціального статусу, комунікативних ролей і комунікативних сфер, соціальної ситуації, комунікативної установки, значеннєвої і оцінної інформації та соціальної орієнтації як соціальних домінант. Їхній зміст і засоби актуалізації. Розмежування понять соціального статусу, комунікативної ролі та соціального стереотипу. Конвенціональна обумовленість мовного етикету. Обґрунтування поняття "мовна особистість" у соціологічному аспекті (Ж.Піаже, Л.Колберг, Т.Парсонс, Дж.Мід). "Мовне існування" як одна з найважливіших сфер діяльності людини. Структура "мовної особистості". Вербально-семантичні, когнітивні та прагматичні характеристики мовної особистості в моделі Ю.Н.Караулова. "Індивідуальна мовна особистість" та "колективна мовна особистість". Соціальні характеристики комунікантів. Комунікативна особистість і параметри її моделювання.

Тема 6. Міжкультурна комунікація

Поняття "стереотипів" у соціології. Соціальні, психологічні, етнічні стереотипи. Стереотипизація спілкування та збідніння інформаційної структури комунікації. Тенденція до стереотипизації спілкування в масовій комунікації та в умовах глобального спілкування з метою скорочення тимчасових витрат на освоєння та переробку інформації. Масове споживання як передумова стереотипного спілкування. Роботи Р.Барта та Ж.Бодрийяра про міфологію сучасного спілкування про світ "симулякрів". Поняття "культури". Культура як аксіологічна система. Труднощі збагнення системи стереотипів іншої культури. Міжетнічні конфлікти. Міжконфесійні конфлікти. Конфлікти між різними соціальними шарами в культурі на побутовому рівні. Категорія "толерантності". Перспективи налагодження міжкультурного спілкування.

Тема 7. Інформаційне суспільство та глобалізація комунікативних процесів.

Типологія суспільних формацій. Характерні риси постіндустріального суспільства. Роботи головних теоретиків постіндустріального суспільства (Дж.Гэлбрейт, Д. Белл, М Маклюэн, М.

Кастельс, З.Бжезинский, О.Тоффлер, Ф.Фукуяма, С.Л.Афанасьев, У.Л.Іноземців). Місце інформаційних процесів у сучасному суспільстві. Доступ до виробництва та споживання інформації. Поняття інформаційного імперіалізму. Ідеї теоретиків інформаційного суспільства про електронний котедж, світове село. Глобальне спілкування індивідів. Руйнування політичних та економічних меж. Психологічні наслідки комп'ютерного спілкування. Поняття "інформаційної безпеки" в індивідуально-психологічному і соціально-політичному аспектах. Нові соціальні спільноти та технології організації соціальної взаємодії через глобальні інформаційні мережі (на прикладі політичної діяльності). Зміна структури сучасних ЗМІ. Влада і типи проведеної нею політики (економічна, соціальна, мовна і т.ін.). Інформаційна політика як інтегроване подання в суспільній думці портрета влади. Основні інформаційні потоки в суспільстві. Довіра в суспільстві владним інститутам. Консолідація інформаційних потоків. Формування державної ідеології. Патріотизм. Інформаційні війни в суспільстві. Компромат у суспільній свідомості. Неefективна інформаційна політика.

Тема 8. Інститути комунікації. Глобальне інтерактивне спілкування

Освіта як інститут комунікації. Суспільна політика в галузі освіти. Критерії комунікативної компетентності. Криза комунікативної компетентності та її наслідки для держави. ЗМІ як інститут комунікації. Еволюція цього інституту в ХІХ - ХХ столітті. Світові інформаційні агентства. Виробники та споживачі новин. Роль ньюсмейкерів у суспільстві. Створення інтерактивного комунікаційного середовища в ЗМІ. Реклама як інститут комунікації. Структура рекламного агентства. Замовники та виробники рекламної інформації. Споживачі рекламної інформації. Моделювання соціальних потреб і соціальної взаємодії в мові реклами. Особливості рекламних текстів. Міжнародні рекламні мережі. Глобальне інтерактивне спілкування. Створення світових інформаційних мереж. Принципи організації спілкування у світовій комп'ютерній мережі. Структура споживаної в мережах інформації. Типові споживачі інформації в мережах. Інтернет.

Теми лабораторних робіт

Не передбачено.

Самостійна робота

Опрацювання лекційного матеріалу.

Підготовка до практичних(семінарських) занять

Самостійне вивчення тем та питань, які не викладаються на лекційних заняттях.

Виконання індивідуальних завдань, підготовка командних проєктів.

Література та навчальні матеріали

Основна література:

1. Актуальні проблеми формування та розвитку європейського інформаційного простору : кол. моногр. / за заг. ред. Є.Б. Тихомирової. Луцьк : ВМА «Терен», 2012. 354 с.
2. Абрамович С. Мовленнева комунікація : підручник / С. Абрамович, М. Чікарькова. К.: Центр навчальної літератури, 2004. 472 с.
3. Бацевич Ф.С. Основи комунікативної лінгвістики: підручник. – 2-ге вид., доп. К. : ВЦ «Академія», 2009. 346 с.
4. Кизилова В.В. Теорія і практика мовленневої комунікації [Текст] : навч. посіб. Для студ. вищ. навч. закл. Луганськ : ДЗ "ЛНУ ім. Тараса Шевченка, 2011. 183 с.

Додаткова література:

1. Кормич Б.А. Інформаційна безпека: організаційно-правові основи. / Б. Кормич – К.: Кондор, 2004. – 384 с
2. Потелло Н. Я., Скиртач Г. Є. Українське ділове мовлення і спілкування : навч. посіб.К. : МАУП, 2003. 440 с. Від гендерних ідеологій до дискусій про сучасну сім'ю. Монографія. [Текст] / Наук. ред. Пшінька О.М., Власової Т.І. – Дн-ськ: Видавництво ПФ «Стандарт-Сервіс», 2015. –160 с.
3. Холод О. Соціальні комунікації: тенденції розвитку / Навч. Посіб. - 2-ге вид., перероб. і доп. / О. М. Холод. - К. : Видавництво "Білий Тигр", 2018. - 370 с.
4. Кащавцева С. Політична комунікація: проблеми, очікування, можливості. / С. Кащавцева. // Соціологія: теорія, методи, маркетинг. – 2002. - №1.

Система оцінювання

Критерії оцінювання успішності студента та розподіл балів

Критерії оцінювання успішності студента та розподіл балів
100% підсумкової оцінки складаються з результатів оцінювання у вигляді заліку (40%) та поточного оцінювання (60%).
Залік: усне завдання (2 запитання з теорії) або онлайнтест. Поточне оцінювання: 2 онлайн тести (по 20%).

Шкала оцінювання

Сума балів	Національна оцінка	ECTS
90–100	Відмінно	A
82–89	Добре	B
75–81	Добре	C
64–74	Задовільно	D
60–63	Задовільно	E
35–59	Незадовільно (потрібне додаткове вивчення)	FX
1–34	Незадовільно (потрібне повторне вивчення)	F

Норми академічної етики і політика курсу

Студент повинен дотримуватися «Кодексу етики академічних взаємовідносин та доброчесності НТУ «ХПІ»: виявляти дисциплінованість, вихованість, доброзичливість, чесність, відповідальність. Конфліктні ситуації повинні відкрито обговорюватися в навчальних групах з викладачем, а при неможливості вирішення конфлікту – доводитися до відома співробітників дирекції інституту. Нормативно-правове забезпечення впровадження принципів академічної доброчесності НТУ «ХПІ» розміщено на сайті: <http://blogs.kpi.kharkov.ua/v2/nv/akademichna-dobrochesnist/>

Погодження

Силабус погоджено

Дата погодження, підпис

Завідувач кафедри
Володимир МОРОЗ

30.06.2023

Дата погодження, підпис

Гарант ОП
Марина БІРЮКОВА

30.06.2023