

Б-212290

В.А. Шилова

КОММУНИКАТИВНОЕ ПОЛЕ УПРАВЛЕНИЯ

теория, методология, практика



Б- 212290

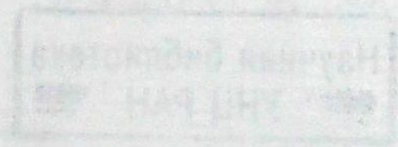
В.А. Шилова

**КОММУНИКАТИВНОЕ ПОЛЕ
УПРАВЛЕНИЯ:
ТЕОРИЯ, МЕТОДОЛОГИЯ,
ПРАКТИКА**

К



Москва • 2015 • Логос



316

УДК 316.77:354:351
ББК 60.56
Ш59

Утверждено к печати Ученым советом Института социологии РАН
Издание осуществлено при финансовой поддержке Российского
гуманитарного научного фонда (РГНФ),
грант № 15-03-16054/15

Рецензенты

О.О. Савельева, доктор социологических наук, профессор Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики»
В.А. Мансуров, доктор философских наук, профессор, главный научный сотрудник Российской академии наук
А.В. Шариков, кандидат педагогических наук, профессор Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики»

Шилова В.А.

Ш59 Коммуникативное поле управления: теория, методология, практика: монография / В.А. Шилова. – М.: Логос. – 2015. – 204 с.

ISBN 978-5-98704-837-5

Рассмотрены традиционные подходы и современное понимание коммуникативных технологий, массового сознания и личности. Представлены методы, технологии, техники исследования коммуникативного пространства. Проанализированы массовые коммуникативные практики. Освещены проблемы коммуникативного неравенства в России. Исследована коммуникативная структура гражданского общества в России. Раскрыты коммуникативные аспекты управления. Дано описание разработанных автором новых научных подходов и методик исследования коммуникативных процессов, полученных на их основе эмпирических данных. Использованы результаты исследовательских проектов, реализованных при поддержке РГНФ: «Особенности формирования личности под воздействием современных коммуникативных технологий в России» (2008–2010 гг.) и «Особенности коммуникативного неравенства в современной России» (2013–2015 гг.).

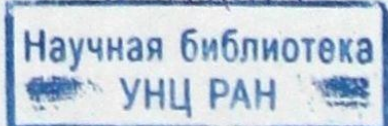
Для научных работников, преподавателей, аспирантов и студентов, выполняющих исследования в области проблемного поля управления и коммуникации.

УДК 316.77:354:351
ББК 60.56

ISBN 978-5-98704-837- 5

© Шилова В.А., 2015
© Центр социологии управления и социальных технологий ИС РАН, 2015
© Логос, 2015

5-212290



ОГЛАВЛЕНИЕ

Предисловие	7
Глава 1. Коммуникативные технологии, массовое сознание и личность: традиционные подходы и современность	9
1.1. Теории коммуникации и семиосоциопсихологическая парадигма	9
1.2. Исследования влияния коммуникативных технологий на личность	13
1.3. Отечественные концепции управления в свете эоантропоцентрической парадигмы Т.М. Дридзе.....	17
1.4. Введение социально ориентированного управления в классификацию функций средств массовых коммуникаций	22
1.5. Интенциональный подход к анализу коммуникативных процессов.....	26
Глава 2. Методы, технологии, техники исследования коммуникативного пространства.....	36
2.1. Семиосоциопсихологическое исследование.....	36
2.2. Основные подходы и практики изучения социальной эффективности и социальных эффектов средств массовой коммуникации.....	40
Глава 3. Коммуникативные практики.....	48
3.1. Реалити-шоу как социокультурный феномен	48
3.2. PR как особая функция управления.....	50
3.3. Коммуникативные технологии в рекламе	56
3.4. Слоган как элемент массового сознания.....	59
3.5. Влияние коммуникативных технологий на личность в контексте рекламы	62

3.6. Интернет-мошенничество как значимая характеристика коммуникативного пространства Интернета.....	65
3.7. Коммуникативное пространство и социально-управленческие проблемы российских малых городов	78
Глава 4. Проблемы коммуникативного неравенства в России.....	84
4.1. Исследование коммуникативного неравенства в России: обоснование актуальности, постановка целей и задач	84
4.2. Исследование коммуникативной структуры гражданского общества в России.....	88
4.3. Исследовательский этап I: анализ сайтов общественных организаций	90
4.4. Исследовательский этап II: экспертный опрос активных участников гражданского общества.....	106
4.5. Исследовательский этап III: изучение гражданского общества России через призму проблемных жизненных ситуаций граждан	149
4.6. Исследование территориальных аспектов коммуникативного неравенства.....	162
Глава 5. Коммуникативные аспекты управления	171
5.1. Коммуникативные аспекты российской модели управления: векторы воздействия и взаимодействия	171
5.2. Анализ поведенческих форм коммуникативной активности граждан Российской Федерации.....	182
5.3. Социальный портрет населения по типам коммуникативной активности.....	187
Заключение	194
Об авторе	196
Литература.....	197

Научное издание

Шилова Валентина Александровна

**КОММУНИКАТИВНОЕ ПОЛЕ УПРАВЛЕНИЯ:
ТЕОРИЯ, МЕТОДОЛОГИЯ, ПРАКТИКА**

Редактор *Е.В. Комарова*

Корректор *А.А. Нотик*

Компьютерная верстка *А.Н. Дубка*

Дизайн *А.М. Моисеева*

Подписано в печать 01.12.2015. Формат 60×90/16.

Печать офсетная. Бумага офсетная. 12 усл.-печ. л.

Тираж 300 экз. Заказ № 2544

Издательская группа «Логос»

Юридический адрес: 123104, Москва, Б. Палашевский пер., д. 9, стр. 1

Почтовый адрес: 111024, Москва, Авиамоторная ул., д. 55, корп. 31.

Тел.: (495) 981-51-12, 7 (985) 165-36-39

Электронная почта: universitas@mail.ru

По вопросам приобретения и издания литературы обращайтесь:

111024, Москва, ул. Авиамоторная, д. 55, корп. 31

Тел.: (495) 981-51-12. Электронная почта: universitas@mail.ru.

Дополнительная информация на сайте: www.logosbook.ru

Отпечатано с оригинал-макета заказчика

в ГУП РМ «Республиканская типография “Красный Октябрь”»

430030, Мордовия, г. Саранск, ул. Титова, 2а

E-mail: tko-saransk@mail.ru