

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Забайкальский государственный университет»
(ФГБОУ ВО «ЗабГУ»)

Социологический факультет

Кафедра Социологии

УТВЕРЖДАЮ:

Декан факультета

Лига М.Б.

« ____ » _____ 20 ____ г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Б1.В.ОД.08.Социология коммуникаций

на 180 часа(ов), 5 зачетных(ые) единиц(ы)

для направления подготовки (специальности) 39.03.01 – Социология

составлена в соответствии с ФГОС ВО, утвержденным приказом
Министерства образования и науки Российской Федерации от
« ____ » _____ 20 ____ г. № _____

Профиль – Социология управления (для набора 2018)

Форма обучения очная, заочная

1. Организационно-методический раздел

1.1 Цель и задачи дисциплины (модуля)

Цель изучения дисциплины:

развитие способности к аналитическому мышлению; умений вступать в коммуникацию и вести переговоры на различных уровнях; развитие общих способностей: общения и сотрудничества, точности и продуктивности в решении задач. Владение навыками методологического анализа коммуникативных процессов.

Задачи изучения дисциплины:

- изучение основных представлений о функционировании коммуникационных процессов в обществе;
- получение системного комплекса знаний о существовании в современном обществе информационной индустрии как социального института;
- формирование представления о массовых коммуникациях как социальном институте, развитие которого тесно связано с развитием человеческой цивилизации, в частности, со сменой основных социо- политических и экономических укладов, с технологическими и техническими революциями;
- понимание социологического подхода к деятельности СМК, как системы, реально функционирующей в широком социальном контексте, включающим исторические модели организации СМК в национальных границах;
- знакомство с социологическими методами, с помощью которых можно получить представление о качественных и количественных характеристиках основных звеньев коммуникативной цепи;
- изучение зависимостей между деятельностью средств массовой коммуникации в современном мире и деятельностью в сфере связей с общественностью;
- рассмотрение места социологических знаний о СМК в процессе принятия решения в сфере деятельности по связям с общественностью;
- изучение влияния СМК на индивида, социум.

1.2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОП

Дисциплина «Социология коммуникаций» относится к базовой части профессионального цикла Б1.В.ОД.8 подготовки студентов по направлению 39.03.01 «Социология». Дисциплина связана с такими дисциплинами как «Социология», «Социология молодежи», «Социология культуры», «Современные информационные технологии в социальных науках», «Социология организаций», «Технологии управления и манипулирования общественным мнением».

1.3. Объем дисциплины (модуля) с указанием трудоемкости всех видов учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 5 зачетных(ые) единиц(ы), 180 часов.

Очная форма

Виды занятий	Распределение по семестрам	Всего часов
	5 семестр	
Общая трудоемкость		180
Аудиторные занятия, в т.ч.	72	72
лекционные (ЛК)	36	36

практические (семинарские) (ПЗ, СЗ)	36	36
лабораторные (ЛР)	0	0
Самостоятельная работа студентов (СРС)	72	72
Форма промежуточной аттестации в семестре	Экзамен	36
Курсовая работа (курсовой проект) (КР, КП)		

Заочная форма

Виды занятий	Распределение по семестрам	Всего часов
	6 семестр	
Общая трудоемкость		180
Аудиторные занятия, в т.ч.	16	16
лекционные (ЛК)	6	6
практические (семинарские) (ПЗ, СЗ)	10	10
лабораторные (ЛР)	0	0
Самостоятельная работа студентов (СРС)	128	128
Форма промежуточной аттестации в семестре	Экзамен	36
Курсовая работа (курсовой проект) (КР, КП)		

2. Требования к результатам освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

Индекс компетенции	Содержание компетенции
ОПК-1	Способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности

ОПК-5	Способность применять в профессиональной деятельности базовые и профессионально-профилированные знания и навыки по основам социологической теории и методам социологического исследования
ПК-1	Способность самостоятельно формулировать цели, ставить конкретные задачи научных исследований в различных областях социологии и решать их с помощью современных исследовательских методов с использованием новейшего отечественного и зарубежного опыта и с применением современной аппаратуры, оборудования, информационных технологий .

Планируемые результаты обучения по дисциплине для последовательного достижения уровней сформированности компетенций

Результат обучения	
Знать	Пороговый: объект, предмет, цели, задачи, место социологии массовых коммуникаций среди других дисциплин; структуру и функции социологии массовых коммуникаций как науки; методы социологического исследования коммуникации. типы, виды, формы и модели коммуникации и особенности их социологического исследования; об особенностях исследования различных субъектов коммуникации; особенности исследования коммуникации в разных сферах общественной жизни, в области рекламы, моды, индустрии;
	Стандартный: информационные технологии, используемые в массовой коммуникации; основы социологической теории коммуникации; методологические основы социологии коммуникаций; методы изучения субъектов и процессов коммуникации. основные категории и понятия, теории и концепции в области социологии массовых коммуникации в России и за рубежом; теоретические основы социологического исследования процессов производства информации, ее распространения, приема и использования; опасности и угрозы, возникающие в процессе коммуникации, основные требования информационной безопасности.

	Эталонный: свойства и особенности информационных систем; особенности сложных масс-медиа систем основные концепции социологии массовых коммуникаций; теоретические и методологические основы социологического изучения социально-коммуникативных явлений и процессов. содержание основных концепций, теоретических позиций и основополагающих понятий, которые используются представителями мировой отечественной науки в этой области; международный опыт и российскую практику организации исследовательской деятельности коммуникации в обществе; социологические методики исследования межличностной, специализированной и массовой коммуникации;
Уметь	Пороговый: применять информационно-коммуникационные технологии для поиска и анализа информации о коммуникации; раскрывать роль и значение коммуникации на современном этапе развития российского общества; применять методы социологического исследования к анализу коммуникации в обществе; выявлять, описывать и объяснять тенденции современных коммуникативных процессов, их структуру и социокультурный контекст. разбираться в вопросах, касающихся места и роли средств массовой коммуникации в современной мировой и российской общественной жизни; использовать методы социологического исследования коммуникации; применять полученные знания при объяснении фактов и процессов коммуникации;
	Стандартный: в пределах своей профессиональной компетенции использовать приобретенные знания и навыки в интересах собственной профессиональной деятельности. выделять главные проблемы и особенности развития средств коммуникации; произвести социологический анализ процессов коммуникации на современном этапе; анализировать информацию исходя из знания теоретических концепций социологической науки; оценивать эффективность воздействия различных институтов коммуникации (СМИ, Интернет и др.) на общество; применять количественные и качественные методы к изучению различных видов коммуникации, проводить мониторинг процессов коммуникации

	Эталонный: применять полученные знания для анализа фактов и событий действительности с позиции социологии массовых коммуникаций. анализировать коммуникативные процессы в обществе, давать оценку их роли и выделять основные проблемы и тенденции; применять положения отраслевой социологической теории к практике эмпирического исследования; использовать социологические методы исследования для изучения актуальных социальных проблем, для идентификации потребностей и интересов социальных групп. давать оценку соответствия общественного запроса и информации, предлагаемой средствами массовой коммуникации; анализировать эмпирические и статистические данные в области социологии коммуникации; распознавать и интерпретировать социокультурную динамику коммуникативной деятельности различных социальных институтов и ее социальных последствий
Владеть	Пороговый: способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности; информационной и библиографической культурой; навыками характеризовать основные характеристики коммуникации в обществе; умением классифицировать основные составляющие комплекса коммуникации; категориальным аппаратом социологии массовых коммуникаций; проблематикой современных коммуникационных процессов в российском обществе; навыком подготовки программ социологического исследования.
	Стандартный: способностями находить, оценивать использовать информацию о тенденциях развития коммуникации, об актуальных проблемах и процессах в области коммуникации из различных источников; методами обработки, анализа и синтеза информации о коммуникации; навыками поиска и анализа информации о коммуникации; навыками использования основных положений и методов теории социологии коммуникаций для описания поведения различных субъектов коммуникации; способностью анализировать социально-значимые проблемы и процессы; методами социологических исследований данной сферы жизни общества; способностью представлять результаты своей научной и профессиональной деятельности.

	Эталонный: навыками анализа социально-значимых проблем и процессов в сфере коммуникации; инструментальными методами организации, проведения и презентации результатов социологических исследований; навыками анализа проблем коммуникации в обществе и выработки профессиональных социологических рекомендаций; навыками диагностики и анализа коммуникации в определенной сфере деятельности; анализа деятельности различных субъектов коммуникации. способностью участвовать у качестве эксперта по разработке; рекомендаций по решению социальных проблем в сфере коммуникации; навыками организации научно-исследовательской работы в области социологии коммуникации; навыком презентации результатов социологических исследований.
--	---

3. Содержание дисциплины

3.1. Разделы дисциплины и виды занятий

Очная форма

Модуль	Номер раздела	Наименование раздела	Всего часов	Аудиторные занятия			СРС
				ЛК	ПЗ(СЗ)	ЛР	
1	1	Предмет социологии коммуникаций. История изучения коммуникации в науке.	16	4	4		8
	2	Теоретические и практические направления изучения коммуникации в обществе. Научные школы социологии коммуникаций. Специфика изучения данного предмета.	22	6	6		10
2	3	Субъект коммуникационного процесса. Виды и уровни коммуникации.	16	4	4		8
	4	Политическая и социальная коммуникации.	16	4	4		8
3	5	Деловая коммуникация и этикет. Модели коммуникации.	16	4	4		8
	6	Формирование представлений о закономерностях развития коммуникационного поля в современном обществе. Глобальные коммуникативные сети. Интернет.	18	4	4		10
4	7	СМК и СМИ: особенности функционирования.	18	4	4		10
	8	Методология и методика исследования социальной коммуникации.	22	6	6		10
Итого			144	36	36	0	72

Заочная форма

Модуль	Номер раздела	Наименование раздела	Всего часов	Аудиторные занятия			СРС
				ЛК	ПЗ(СЗ)	ЛР	
1	1	Предмет социологии коммуникаций. История изучения коммуникации в науке.	18	2			16
	2	теоретические и практические направления изучения коммуникации в обществе. Научные школы социологии коммуникаций. Специфика изучения данного предмета.	18		2		16
2	3	Субъект коммуникационного процесса. Виды и уровни коммуникации.	18	2			16
	4	Политическая и социальная коммуникации.	18		2		16
3	5	Деловая коммуникация и этикет. Модели коммуникации.	18		2		16
	6	Формирование представлений о закономерностях развития коммуникационного поля в современном обществе. Глобальные коммуникативные сети. Интернет.	18		2		16
4	7	СМК и СМИ: особенности функционирования.	18		2		16
	8	Методология и методика исследования социальной коммуникации.	18	2			16
Итого			144	6	10	0	128

3.2. Лекционные занятия

Очная форма

Модуль	Номер раздела	Содержание лекционных занятий
--------	---------------	-------------------------------

1	1	Предмет социологии коммуникаций. История изучения коммуникации в науке. Статус социологии коммуникации как научной дисциплины. Понятие о коммуникации и информации. Основные категории: каналы и средства коммуникации, виды социальной коммуникации. Социология коммуникации в системе социального знания. Социология коммуникации как интегрирующая научная дисциплина. Онтологические, гносеологические и аксиологические основы теории коммуникации. Характеристики социальных структур, существенные для коммуникации: а) обусловленность видами человеческой деятельности, б) соотнесенность с актуальными концептами данного времени и места, в) относительная устойчивость в плане диахронии и нормативно обусловленная вариативность в плане синхронии. Связь социологии коммуникации с другими отраслями социологии. Базовые составляющие социологии коммуникации: а) социальные системы, структуры, институты, процессы б) коммуникативные системы, в) виды, каналы и средства коммуникации, обеспечивающие передачу и восприятие информации с целью воздействия на общество и индивидов. Различные подходы к обоснованию взаимодействия коммуникации и социальных структур, к пониманию социальной информации и ценностной ориентации. Обоснование социального статуса как важнейшей категории коммуникации (Г.Дж. Мейн, М. Вебер, Ю. Хабермас, Т.М. Дридзе, А.Д. Швейцер и др.). Общественная природа языка. Функции языка. Структурный, семантический и прагматический аспекты языка. Предмет социологии коммуникации (коммуникативистики). Основные единицы прагмалингвистики. Понятия «информации», «социально-значимой информации», «каналов связи», структура «коммуникативного акта» (Лассуэл, Якобсон), «коммуникативная /языковая компетентность», «коммуникативная / речевая деятельность», «язык как система систем», «социокоммуникативная система».
	2	Теоретические и практические направления изучения коммуникации в обществе. Научные школы социологии коммуникаций. Специфика изучения данного предмета. Массовая культура и массовая коммуникация. Различные подходы к описанию функций массовой коммуникации (В. Парето, К. Мангейм, Т. Парсонс, Р.К. Мертон, С. Холл, Т. Адорно, М. Маклюэн и др.). Научные школы социологии коммуникаций. Структурно-функциональная традиция (Р. Мертон, П. Лазарсфельд, Г. Лассуэл). Концепция идеологии и методология анализа массовой коммуникации (К. Маркс, Л. Альтюссер, А. Грамши). Критическая традиция (Франкфуртская школа, Ч. Р. Миллс) Теории информационного общества (Д. Белл, М. Кастельс). Средства МК в постмодернистской перспективе (М. Маклюэн, Г. Дебор., Ж. Бодрийяр).

2	3	. Виды и уровни коммуникации. Коммуникация как процесс обмена информацией. Каналы передачи информации. Участники коммуникативного акта. Типы коммуникации в зависимости от структуры коммуникативного акта. Субъект коммуникационного процесса. Виды и уровни коммуникации. Межличностная коммуникация, условия ее актуализации и основные функции. Речевой этикет. Технологический прогресс и его влияние на характер межличностного общения (непосредственное общение, почта, телефон, телевидение, мировая интерактивная среда). Психологические аспекты межличностного общения. Понятие манипуляции. Межгрупповая коммуникация. Типы малых групп. Семья и организация. Коммерческие и некоммерческие организации. Досуговые группы (объединения по интересам). Особенности циркуляции информации в малых группах. Обмен информацией между малыми группами. Внешняя и внутренняя среда межгруппового общения. «Лидеры мнений» и положение групп в информационном пространстве (периферия, лакуны – «теневые» группы, невостребованные социальные группы, центр социального пространства). Массовая коммуникация как социальное явление и процесс.
	4	Политическая и социальная коммуникации. Власть и типы проводимой ею политики (экономическая, социальная, языковая и т.п.). Информационная политика как интегрированное представление в общественном мнении портрета власти. Основные информационные потоки в обществе. Доверие в обществе властным институтам. Консолидация информационных потоков. Формирование государственной идеологии. Патриотизм. Информационные войны в обществе. Компромат в общественном сознании. Неэффективная информационная политика. Партии и некоммерческие организации как субъекты политики. Образование и информационная политика государства. СМИ и другие институты формирования общественного мнения. Работа с субкультурами (возрастные, социальные субкультуры) и удовлетворение информационных потребностей маргинальных групп. Искусство и творческая жизнь как элементы информационной политики государства. Международная информация. Информационная безопасность. Коммуникация в различных обществах. Понятие «стереотипов» в социологии. Социальные, психологические, этнические стереотипы. Стереотипизация общения и обеднение информационной структуры коммуникации. Тенденция к стереотипизации общения в массовой коммуникации и в условиях глобального общения с целью сокращения временных затрат на освоение и переработку информации. Массовое потребление как предпосылка стереотипного общения. Работы Р.Барта и Ж.Бодрийяра о мифологии современного общения и мире «симулякров». Понятие «культуры». Культура как аксиологическая система. Трудности постижения системы стереотипов иной культуры. Межэтнические конфликты. Межконфессиональные конфликты. Конфликты между разными социальными слоями в культуре на бытовом уровне. Категория «толерантности». Перспективы налаживания межкультурного общения.

3	5	Деловая коммуникация и этикет. Модели коммуникации. Модели коммуникации. Коммуникативный менеджмент как одна из важнейших разновидностей управления социальными процессами. Публичное и непубличное информационное пространство Принципы информационной войны. Понятие информационной угрозы. Уровень суггестивных шумов. Суггестия и безопасность. Понятие информационной ми-шени. Типовая стратегия информационной войны. Признаки информационного поражения. Последствия информационной войны.
	6	Формирование представлений о закономерностях развития коммуникационного поля в современном обществе. Глобальные коммуникативные сети. Интернет. Информация, ее природа и функции. Информационно-коммуникативные технологии: определение, разновидности, основные характеристики. Сущность маркетинговых коммуникаций и их элементы. Технология рекламы. Технология PR. Институты коммуникации. Глобальное интерактивное общение – 2 час. Образование как институт коммуникации. Общественная политика в области образования. Критерии коммуникативной компетентности. Кризис коммуникативной компетентности в российском обществе конца XX века и его последствия для государства. Библиотека как институт коммуникации. Перспективы развития информационных хранилищ. Понятие базы данных. Изменение отношения к чтению. Современные типы чтения. Современные информационные системы. Поиск информации. Его автоматизация. Позитивные и негативные последствия автоматизации информационных процессов. Креативное начало в поиске информации и ее производстве.

4	7	СМК и СМИ: особенности функционирования. Принцип свободы печати: прошлое и настоящее. Концепция общественного вещания. Типология взаимоотношений СМК и государства. Институт цензуры. СМК: структура отношений форм собственности. МК и мировые информационные процессы. Типология общественных формаций. Характерные черты постиндустриального общества. Работы главных теоретиков постиндустриального общества (Дж. Гэлбрейт, Д. Белл, М. Маклюэн, М. Кастельс, З. Бжезинский, О. Тоффлер, Ф. Фукуяма и др.), российские работы в этой области (С.Л. Афанасьев, В.Л. Иноземцев). Место информационных процессов в современном обществе. Доступ к производству и потреблению информации. Понятие информационного империализма. Идеи теоретиков информационного общества об электронном коттедже, миро-вой деревне. Глобальное общение индивидов. Разрушение политических и экономичес-ких границ. Психологические последствия компьютерного общения. Понятие «информационной безопасности» в индивидуально-психологическом и социально-политическом аспектах. Новые социальные общности и технологии организации социального взаимодействия через глобальные информационные сети (на примере по-литической деятельности). Изменение структуры современных СМИ.СМИ как институт коммуникации. Эволюция этого института в XIX - XX веке. Мировые информационные агентства. Производители и потребители новостей. Роль ньюсмейкеров в обществе. Создание интерактивной коммуникационной среды в СМИ. Реклама как институт коммуникации. Структура рекламного агентства. Заказ-чики и производители рекламной информации. Потребители рекламной информа-ции. Моделирование социальных потребностей и социального взаимодействия в языке рекламы. Особенности рекламных текстов. Международные рекламные сети. Глобальное интерактивное общение. Создание мировых информационных се-тей. Принципы организации общения в мировой компьютерной сети. Структура по-требляемой в сетях информации. Типичные потребители информации в сетях. Рунет. Интернет.
	8	Методология и методика исследования социальной коммуникации. Методология как система научного познания. Использование методов общей социологии в социологии коммуникаций (анкетирование, включенное наблюдение, корреляционный анализ и т.п.). Особенности адаптации данных методов к коммуникации как предмету исследования. Методы социологических исследований массовой коммуникации. Роль кон-тент-анализа в исследовании текстов СМИ. Мотивационный анализ. Когнитивное картирование и оперативное кодирование. Нарративный анализ. Ролевой анализ. Дискурс-анализ как метод исследования социальной коммуникации. Качественные методы в социологии коммуникаций. Глубинное интервью и фокус-группы и их ме-сто в социологии коммуникаций. Работа с экспертами.

Модуль	Номер раздела	Содержание лекционных занятий
1	1	Предмет социологии коммуникаций. История изучения коммуникации в науке. Статус социологии коммуникации как научной дисциплины: Социология коммуникации как интегрирующая научная дисциплина. Онтологические, гносеологические и аксиологические основы теории коммуникации. Характеристики социальных структур, существенные для коммуникации: а) обусловленность видами человеческой деятельности, б) соотнесенность с актуальными концептами данного времени и места, в) относительная устойчивость в плане диахронии и нормативно обусловленная вариативность в плане синхронии. Связь социологии коммуникации с другими отраслями социологии. Базовые составляющие социологии коммуникации: а) социальные системы, структуры, институты, процессы б) коммуникативные системы, в) виды, каналы и средства коммуникации, обеспечивающие передачу и восприятие информации с целью воздействия на общество и индивидов. Различные подходы к обоснованию взаимодействия коммуникации и социальных структур, к пониманию социальной информации и ценностной ориентации. Обоснование социального статуса как важнейшей категории коммуникации (Г.Дж. Мейн, М. Вебер, Ю. Хабермас, Т.М. Дридзе, А.Д. Швейцер и др.). Общественная природа языка. Функции языка. Структурный, семантический и прагматический аспекты языка. Предмет социологии коммуникации (коммуникативистики). Основные единицы прагмалингвистики. Понятия «информации», «социально-значимой информации», «каналов связи», структура «коммуникативного акта» (Лассуэл, Якобсон), «коммуникативная /языковая компетентность», «коммуникативная / речевая деятельность», «язык как система систем», «социокоммуникативная система».
2	3	. Виды и уровни коммуникации. Коммуникация как процесс обмена информацией. Каналы передачи информации. Участники коммуникативного акта. Типы коммуникации в зависимости от структуры коммуникативного акта. Субъект коммуникационного процесса. Виды и уровни коммуникации.
4	8	Методология как система научного познания. Использование методов общей социологии в социологии коммуникаций (анкетирование, включенное наблюдение, корреляционный анализ и т.п.). Особенности адаптации данных методов к коммуникации как предмету исследования.

3.3. Практические (семинарские) занятия

Очная форма

Модуль	Номер раздела	Содержание практических(семинарских) занятий
--------	---------------	--

1	1	Представление докладов: Предмет социологии массовых коммуникаций. История изучения коммуникации в науке. Предмет социологии массовых коммуникации. Основные единицы прагматического. Понятия «информации», «социально-значимой информации», «каналов связи», структура «коммуникативного акта» Социология коммуникации как интегративная научная дисциплина. Связь социологии массовых коммуникации с другими отраслями социологии. Основные функции социальной коммуникации. Разграничение понятий социального статуса, коммуникативной роли и социального стереотипа. Конвенциональная обусловленность речевого этикета. Выполнение терминологического диктанта.
	2	Представление и обсуждение рефератов: Теоретические и практические направления изучения коммуникации в обществе. Научные школы социологии коммуникаций. Специфика изучения данного предмета. Представление и обсуждение рефератов. Составление и обсуждение сравнительных таблиц Выполнение контрольной работы по темам модуля
2	3	Представление докладов: Субъект коммуникационного процесса. Виды и уровни коммуникации. Коммуникация как процесс обмена информацией. Каналы передачи информации. Межличностная коммуникация, условия ее актуализации и основные функции. Психологические аспекты межличностного общения. Понятие манипуляции. Межгрупповая коммуникация. Внешняя и внутренняя среда межгруппового общения. Массовая коммуникация как социальное явление и процесс. Специфика невербальной межличностной коммуникации. типы коммуникативной личности Социальные характеристики коммуникантов. Коммуникативная личность и параметры ее моделирования. Пол как заданная характеристика коммуникативной личности. Мужской и женский типы коммуникации. Написание эссе. Написание эссе.
	4	Выполнение кейса "особенности использования средств массовой коммуникации в электоральных процессах на федеральном, региональном, местном уровнях". Выполнение контрольной работы по темам модуля
	5	Деловая игра: «Собеседование» Выполнение кейса «Коммуникативные составляющие деловой культуры»

3	6	Представление докладов: Информационное общество и глобализация коммуникативных процессов. Типология общественных формаций. Характерные черты постиндустриального общества. Работы главных теоретиков постиндустриального общества (Дж. Гэлбрейт, Д. Белл, М. Маклюэн, М. Кастельс, З. Бжезинский, О. Тоффлер, Ф. Фукуяма и др.), российские работы в этой области (С.Л. Афанасьев, В.Л. Иноземцев). Место информационных процессов в современном обществе. Доступ к производству и потреблению информации. Понятие информационного империализма. Идеи теоретиков информационного общества об электронном коттедже, мировой деревне. Глобальное общение индивидов. Разрушение политических и экономических границ. Психологические последствия компьютерного общения. Понятие «информационной безопасности» в индивидуально-психологическом и социально-политическом аспектах. Новые социальные общности и технологии организации социального взаимодействия через глобальные информационные сети (на примере политической деятельности). Изменение структуры современных СМИ. Глобальное интерактивное общение. Создание мировых информационных сетей. Принципы организации общения в мировой компьютерной сети. Структура потребляемой в сетях информации. Типичные потребители информации в сетях. Рунет. Интернет. Влияние СМИ на формирование нового психологического и антропологического типа – «человек потребляющий». Выполнение контрольной работы по темам модуля
4	7	Представление и обсуждение рефератов:СМК и СМИ: особенности функционирования Представление и обсуждение рефератов:СМК и СМИ: особенности функционирования
	8	Представление докладов: Методология и методика исследования социальной коммуникации. Методология и методы исследования социальной коммуникации. Методы социологических исследований массовой коммуникации. Роль контент-анализа в исследовании текстов СМИ. Мотивационный анализ. Когнитивное картирование и оперативное кодирование. Нарративный анализ. Ролевой анализ. Дискурс-анализ как метод исследования социальной коммуникации. Качественные методы в социологии коммуникаций. Глубинное интервью и фокус-группы и их место в социологии коммуникаций. Работа с экспертами. Социологическое обеспечение рекламных кампаний в СМК Технические и «вербальные» способы получения информации о потреблении аудиторией разных телепередач Аудиометры: плюсы и минусы качества полученной информации. Основные единицы измерения телеаудитории Наиболее известные в мире исследовательские структуры, занимающиеся мониторинговым измерением аудитории СМК Российские профессиональные организации на рынке теле- и радиометрии. презентация результатов социологического исследования Выполнение контрольной работы по темам модуля

Заочная форма

Модуль	Номер раздела	Содержание практических(семинарских) занятий
1	2	Представление и обсуждение рефератов: Теоретические и практические направления изучения коммуникации в обществе. Научные школы социологии коммуникаций. Специфика изучения данного предмета.
2	4	Выполнение контрольной работы по темам модуля
3	5	Деловая игра: «Собеседование»
	6	Представление докладов: Информационное общество и глобализация коммуникативных процессов. Типология общественных формаций. Характерные черты постиндустриального общества. Работы главных теоретиков постиндустриального общества (Дж. Гэлбрейт, Д. Белл, М. Маклюэн, М. Кастельс, З. Бжезинский, О. Тоффлер, Ф. Фукуяма и др.), российские работы в этой области (С.Л. Афанасьев, В.Л. Иноземцев). Место информационных процессов в современном обществе. Доступ к производству и потреблению информации. Понятие информационного империализма. Идеи теоретиков информационного общества об электронном коттедже, мировой деревне. Глобальное общение индивидов. Разрушение политических и экономических границ. Психологические последствия компьютерного общения. Понятие «информационной безопасности» в индивидуально-психологическом и социально-политическом аспектах. Новые социальные общности и технологии организации социального взаимодействия через глобальные информационные сети (на примере политической деятельности). Изменение структуры современных СМИ. Глобальное интерактивное общение. Создание мировых информационных сетей. Принципы организации общения в мировой компьютерной сети. Структура потребляемой в сетях информации. Типичные потребители информации в сетях. Рунет. Интернет. Влияние СМИ на формирование нового психологического и антропологического типа – « человек потребляющий».
4	7	Представление и обсуждение рефератов:СМК и СМИ: особенности функционирования

3.4. Лабораторные занятия

3.5. Организация самостоятельной работы

Очная форма

Модуль	Номер раздела	Содержание материала выносимого на самостоятельное изучение	Виды самостоятельной работы
1	1	Предмет социологии коммуникаций. История изучения коммуникации в науке.	Словарная работа: составление терминологического словаря, запоминание терминов и подготовка к терминологическому диктанту, подготовка докладов
1	2	Теоретические и практические направления изучения коммуникации в обществе. Научные школы социологии коммуникаций. Специфика изучения данного предмета.	Составление сравнительной таблицы, подготовка рефератов, подготовка к контрольной работе
2	3	Субъект коммуникационного процесса. Виды и уровни коммуникации.	подготовка докладов, написание эссе
2	4	Политическая и социальная коммуникации	выполнение кейса, подготовка к контрольной работе
3	5	Деловая коммуникация и этикет. Модели коммуникации.	выполнение кейса, подготовка к деловой игре (формирование аргументированной позиции, обзор литературы)
3	6	Формирование представлений о закономерностях развития коммуникационного поля в современном обществе. Глобальные коммуникативные сети. Интернет.	Подготовка доклада, написание эссе, подготовка к контрольной работе
4	7	СМК и СМИ: особенности функционирования.	Подготовка доклада
4	8	Методология и методика исследования социальной коммуникации.	Подготовка реферата, написание и подготовка к презентации проекта, подготовка к контрольной работе

Заочная форма

Модуль	Номер раздела	Содержание материала выносимого на самостоятельное изучение	Виды самостоятельной работы
1	1	Предмет социологии коммуникаций. История изучения коммуникации в науке.	Словарная работа: составление терминологического словаря, запоминание терминов и подготовка к терминологическому диктанту, подготовка сообщений

1	2	теоретические и практические направления изучения коммуникации в обществе. Научные школы социологии коммуникаций. Специфика изучения данного предмета.	Составление сравнительной таблицы, подготовка рефератов, выполнение контрольной работы
2	3	Субъект коммуникационного процесса. Виды и уровни коммуникации.	подготовка докладов, написание эссе
2	4	Политическая и социальная коммуникации	выполнение кейса, выполнение контрольной работы
3	5	Деловая коммуникация и этикет. Модели коммуникации.	выполнение кейса, подготовка к деловой игре (формирование аргументированной позиции, обзор литературы)
3	6	Формирование представлений о закономерностях развития коммуникационного поля в современном обществе. Глобальные коммуникативные сети. Интернет.	Подготовка доклада, написание эссе, выполнение контрольной работы
4	7	СМК и СМИ: особенности функционирования.	Подготовка доклада
4	8	Методология и методика исследования социальной коммуникации.	Подготовка реферата, написание и подготовка к презентации социологического исследования, выполнение контрольной работы

4. Интерактивные формы образовательных технологий

Модуль	Номер раздела	Вид учебных занятий	Образовательные технологии	Количество часов
1	2	практическое занятие	занятие использованием электронных презентаций	2
2	4	практическое занятие	учебная дискуссия	2
3	5	практическое занятие	деловая игра	2
4	7	практическое занятие	занятие, с привлечением электронных презентаций, мультимедиа.	6
5	8	практическое занятие	практическое занятие с использованием презентаций и мультимедиа	2

5. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Фонд оценочных средств

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1. Основная литература

6.1.1. Печатные издания

1. Иванова, О.В. Социология коммуникации : учеб. пособие / О.В. Иванова. – Чита : ЗабГУ, 2017. - 134 с.
2. Шарков Ф.И. Коммуникология: основы теории коммуникации : учебник / Ф.И. Шарков. - 2-е изд., перераб. и доп. - М. : Дашков и К, 2010. – 592 с.

6.1.2. Издания из ЭБС

1. Болотова, А. К. Социальные коммуникации. Психология общения: учебник и практикум для СПО / А. К. Болотова, Ю. М. Жуков, Л. А. Петровская. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : Изд-во Юрайт, 2017. – 327 с.
2. Касьянов, В. В. Социология массовой коммуникации: учебник для академического бакалавриата / В. В. Касьянов. – 2-е изд., испр. и доп. – М. : Изд-во Юрайт, 2017. – 299 с..
3. Федотова, Л. Н. Социология массовых коммуникаций. Теория и практика : учебник для бакалавров / Л. Н. Федотова. – 5-е изд., перераб. и доп. – М. : Изд-во Юрайт, 2017. – 603 с.

6.2. Дополнительная литература

6.2.1. Печатные издания

1. Василик, М.А. Основы теории коммуникации : учебник / М. А. Василик. - М. : Гардарики, 2006. – 615 с.
2. Романов, А.А. Массовые коммуникации : учеб. пособие /А.А. Романов, Г.А. Васильев. - М. : Вузовский учебник, 2009. - 236 с.
3. Топоркова, Е.П. Основы современных коммуникаций : учеб. пособие /Е.П. Топоркова, М. В. Скрипкарь. - Чита : ЗабГУ, 2011. - 163 с.

6.2.2. Издания из ЭБС

1. Касьянов, В. В. Социология интернета : учебник для академического бакалавриата / В. В. Касьянов, В. Н. Нечипуренко. – М.: Изд-во Юрайт, 2017. – 424 с.
2. Коноваленко, М. Ю. Теория коммуникации: учебник для академического бакалавриата / М. Ю. Коноваленко, В. А. Коноваленко. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : Изд-во Юрайт, 2017. – 415 с.

6.3. Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы

Каждому студенту предоставляется возможность индивидуального дистанционного доступа из любой точки, в которой имеется Интернет, к информационно-справочным и поисковым системам, электронно-библиотечным системам, с которыми у вуза заключен договор (ЭБС «Троицкий мост»; ЭБС «Лань»; ЭБС «Юрайт»; ЭБС «Консультант студента»; «Электронно-библиотечная система elibrary»; «Электронная библиотека диссертаций»).

Официальный сайт Института социологии Российской академии наук www.isras.ru
Официальный сайт Института социально-политических исследований РАН www.isprras.ru
Официальный сайт международной социологической ассоциации www.isa-sociology.org
Официальный сайт всероссийского центра изучения общественного мнения www.isa-sociology.org

Официальный сайт всероссийского центра изучения общественного мнения www.wciom.ru
Официальный сайт Аналитического центра Юрия Левады «Левада-центр» www.levada.ru
Официальный сайт Фонда «Общественное мнение» www.fom.ru
Официальный сайт факультета социологии Российского государственного социального университета www.socio.rgsu.net
Институт социологии РАН <http://www.isras.ru/>
Институт научной информации по общественным наукам <http://www.inion.ru/>
Журнал «Социологические исследования» (Социс) http://www.isras.rssi.ru/R_SocIs.htm
Журнал «Социология: 4М» <http://www.isras.ru/4M.html>
«Социологический журнал» <http://www.isras.ru/Sociologicalmagazine.html>
Российская государственная библиотека// электронный каталог <http://www.rsl.ru/ru/s97/s339/>
Факультет социологии МГУ / электронная библиотека <http://lib.socio.msu.ru//library>
РГСУ//научные журналы <http://lib.socio.msu.ru//library>
Президентская библиотека <http://www.prlib.ru>
Национальная электронная библиотека <http://www.rusneb.ru>
Демоскоп//электронный журнал <http://demoscope.ru>
Новое поколение: экономисты, политологи, философы <http://www.newgen.org/>
Федеральный образовательный портал по экономике, социологии и менеджменту www.ecsocman.edu.ru
«Socioline.ru» - материалы по социологии <http://socioline.ru/>
Федеральная служба государственной статистики РФ <http://www.gks.ru>

7. Перечень программного обеспечения

Программное обеспечение общего назначения: ОС Microsoft Windows, Microsoft Office, ABBYY FineReader, ESET NOD32 Smart Security Business Edition, Foxit Reader, АИБС "МераПро".

Программное обеспечение специального назначения:

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины

672000, г. Чита, ул. Бабушкина, 129, ауд. 14-427.

Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации

Комплект специализированной учебной мебели.

Доска аудиторная меловая. Переносное мультимедийное оборудование: ноутбук, проектор, экран, акустическая система

672000, г. Чита, ул. Бабушкина, 129, ауд. 14-415.

Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа, занятий лекционного типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации

Комплект специализированной учебной мебели.

Доска аудиторная меловая.

Переносное мультимедийное оборудование: ноутбук, проектор, экран, акустическая система

672000, г. Чита, ул. Бабушкина, 129, ауд. 14-419.

Компьютерный класс.

Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля, промежуточной аттестации и самостоятельной работы

Комплект специализированной учебной мебели.

Доска аудиторная меловая.

ПК – 30 шт. (в т.ч. преподавательский).

Доступ к сети Интернет и обеспечение доступа в электронную информационно-

9. Методические рекомендации по организации изучения дисциплины

Значительную часть дисциплины «Социология коммуникаций» занимают практические занятия. Цель практических занятий состоит в том, чтобы студенты на основе изучения литературы, лекционного материала, выполнения практических заданий, более глубоко усвоили вопросы учебного курса, приобрели навыки применения полученных знаний в будущей практической и научной деятельности.

Студенты готовятся по всем вопросам плана практических занятий.

Это обеспечивает целостность проработки проблемы. На обсуждение же могут выноситься наиболее сложные, интересные, требующие обсуждения вопросы. Особое внимание следует обращать на уяснение понятий темы. Понятия усваиваются в процессе чтения специальной литературы, в ходе обсуждения проблемы на семинаре. Необходимой частью работы студента является подготовка и публичная демонстрация знаний.

В процессе подготовки к занятиям студентам предлагается подготовить презентации по заданным темам, входящим в курс «Социология коммуникаций».

Презентация (от английского слова - представление) – это набор цветных картинок-слайдов на определенную тему, который хранится в файле специального формата с расширением PP. Термин «презентация» (иногда говорят «слайд-фильм») связывают, прежде всего, с информационными и рекламными функциями картинок, которые рассчитаны на определенную категорию зрителей (пользователей).

1. Оптимальный объем.

Для учебной презентации наиболее эффективен зрительный ряд объемом не более 20 слайдов (оптимально 12-15). Зрительный ряд из большого числа слайдов вызывает утомление, отвлекает от сути изучаемой темы.

В связи с этим необходимо строго отбирать видеоматериал для презентации, исходя из принципа разумной достаточности. Не следует использовать изображения, относящиеся к понятиям, на обстоятельное раскрытие которых лектор не рассчитывает. Не должно быть "лишних" слайдов, которые не сопровождаются пояснением. Необходимо исключать дублирующие, похожие слайды.

2. Доступность.

Обязателен уровень подготовки зрителей. Нужно обеспечивать понимание смысла каждого слова, предложения, понятия, раскрывать их, использовать образные сравнения. Значение всех новых терминов должно быть разъяснено. Можно включать в презентацию схемы, графики, черно-белые фотографии.

3. Научность

Необходимо построение всех положений, определений и выводов на строго научной основе. Яркие картинки не должны противоречить реальным фактам. Недопустимо добиваться красочности, изменения масштабов изображений и т.п. в ущерб научной достоверности.

4. Учет особенности восприятия информации с экрана

Текст на слайде зрители практически не воспринимают. Поэтому в презентациях (в особенности гуманитарного профиля) лучше оставить текст только в виде имен, названий, числовых значений, коротких цитат. Лучше избегать обилия цифр. Числовые величины имеет смысл заменить сравнениями.

5. Разнообразие форм.

Разные люди в силу своих индивидуальных особенностей полнее воспринимают информацию, представленную разными способами. Кто-то из аудитории лучше воспринимает фотографии, кто-то схемы или таблицы и т.д. Использование в презентации разных форм представления одной и той же информации повышает полноту ее восприятия практически каждым зрителем.

6. Эстетичность

Немаловажную роль в положительном восприятии презентации играют гармоничные цветовые сочетания, выдержанность стиля и эстетичность в оформлении слайдов, музыкальное сопровождение.

7. Динамичность

Необходимо подобрать оптимальный для восприятия темп смены слайдов, анимационных эффектов.

Учет указанных особенностей конструирования и оформления презентации в значительной степени влияет на эффективность восприятия представленной в ней информации.

В завершение изучения отдельных разделов курса студентам предлагается написать реферат.

Реферат (от лат. *referrer* — докладывать, сообщать) — краткое точное изложение сущности какого-либо вопроса, темы на основе одной или нескольких книг, монографий или других первоисточников. Реферат должен содержать основные фактические сведения и выводы по рассматриваемому вопросу.

Реферат отвечает на вопрос — что содержится в данной публикации (публикациях).

Однако реферат — не механический пересказ работы, а изложение ее сущности.

В настоящее время, помимо реферирования прочитанной литературы, от студента требуется аргументированное изложение собственных мыслей по рассматриваемому вопросу.

Текст реферата должен подчиняться определенным требованиям: он должен раскрывать тему, обладать связностью и цельностью.

Раскрытие темы предполагает, что в тексте реферата излагается относящийся к теме материал и предлагаются пути решения содержащейся в теме проблемы; связность текста предполагает смысловую соотносительность отдельных компонентов, а цельность — смысловую законченность текста.

Объем реферата 15–20 страниц. При работе над рефератом рекомендуется использовать не менее 4–5 современных источников.

Параметры оформления текста реферата:

шрифт — Times New Roman; размер (кегель) шрифта — 14; выравнивание текста — по ширине; интервалы: перед и после абзаца — 0 пт., межстрочный — 1,5; размер полей: левого — 30 мм, правого — 10 мм, верхнего — 20 мм, нижнего — 20 мм. Абзацные отступы должны быть равны пяти буквам или 1,27 см.

Общая оценка складывается из оценки оформления, содержания работы, логичности и полноты раскрытия темы, современности списка литературы и его соответствия поставленной теме.

Рекомендации к написанию эссе:

Слово "эссе" пришло в русский язык из французского и исторически восходит к латинскому слову *exagium* (взвешивание). Французское *essai* можно буквально перевести словами опыт, проба, попытка, набросок, очерк.

Эссе — это прозаическое сочинение небольшого объема и свободной композиции, выражающее индивидуальные впечатления и соображения по конкретному поводу или вопросу и заведомо не претендующее на определяющую или исчерпывающую трактовку предмета.

Некоторые признаки эссе:

- наличие конкретной темы или вопроса. Произведение, посвященное анализу широкого круга проблем, по определению не может быть выполнено в жанре эссе.
- эссе выражает индивидуальные впечатления и соображения по конкретному поводу или вопросу и заведомо не претендует на определяющую или исчерпывающую трактовку предмета.
- как правило, эссе предполагает новое, субъективно окрашенное слово о чем-либо, такое произведение может иметь философский, историко-биографический, публицистический, литературно-критический, научно-популярный или чисто беллетристический характер.
- в содержании эссе оцениваются в первую очередь личность автора — его мировоззрение, мысли и чувства.

Цель эссе состоит в развитии таких навыков, как самостоятельное творческое мышление и письменное изложение собственных мыслей.

Структура и план эссе

Структура эссе определяется предъявляемыми к нему требованиями:

1. мысли автора эссе по проблеме излагаются в форме кратких тезисов (Т).
2. мысль должна быть подкреплена доказательствами — поэтому за тезисом следуют аргументы (А).

Аргументы — это факты, явления общественной жизни, события, жизненные ситуации и жизненный опыт, научные доказательства, ссылки на мнение ученых и др. Лучше

приводить два аргумента в пользу каждого тезиса: один аргумент кажется неубедительным, три аргумента могут "перегрузить" изложение, выполненное в жанре, ориентированном на краткость и образность.

Таким образом, эссе приобретает кольцевую структуру (количество тезисов и аргументов зависит от темы, избранного плана, логики развития мысли):

- вступление
- тезис, аргументы
- тезис, аргументы
- тезис, аргументы
- заключение.

При написании эссе важно также учитывать следующие моменты:

1. Вступление и заключение должны фокусировать внимание на проблеме (во вступлении она ставится, в заключении - резюмируется мнение автора).

2. Необходимо выделение абзацев, красных строк, установление логической связи абзацев: так достигается целостность работы.

Стиль изложения: эссе присущи эмоциональность, экспрессивность, художественность.

Эссе – очерк, содержащий подчеркнуто личную позицию автора по какой-либо проблеме или вопросу в сочетании с непринужденным, часто парадоксальным изложением.

Содержание аннотации, реферата или эссе студент докладывает в течение 7 – 10 минут на практическом занятии. Затем автор отвечает на вопросы. После этого выступают оппоненты, которые заранее познакомились

с текстом работы, и отмечают ее сильные и слабые стороны. На основе обсуждения студенту выставляется соответствующая оценка.

Разработчик/группа разработчиков: Пельменёва Светлана Павловна, доцент

**Рассмотрена на заседании кафедры
(протокол от 31.08.2020 г. № 1)**