

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Мурманский арктический государственный университет»
(ФГБОУ ВО «МАГУ»)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Б1.В.05.03 Социология цифровых коммуникаций

(название дисциплины (модуля) в соответствии с учебным планом)

**основной профессиональной образовательной программы
по направлению подготовки**

39.03.01 Социология

(код и наименование направления подготовки)

Направленность (профиль) Цифровая и экспертно-аналитическая социология

(код и наименование направления подготовки
с указанием направленности (наименования магистерской программы))

высшее образование – бакалавриат

уровень профессионального образования: высшее образование – бакалавриат / высшее образование –
специалитет, магистратура / высшее образование – подготовка кадров высшей квалификации

бакалавр

квалификация

очная

форма обучения

2022

год набора

Составитель:
Г.В. Жигунова, д-р социол. наук,
доцент, зав. кафедрой философии и
социальных наук

Утверждена на заседании кафедры
философии и социальных наук Социально-
гуманитарного института
(протокол № 8 от 10 марта 2022 г.)

Зав. кафедрой

Жигунова Г.В.

1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ - формирование у студентов представлений об основных категориях и понятиях социологии цифровых коммуникаций как отраслевой социологической дисциплины, а также методологии и методов социологического исследования социально-коммуникационных явлений и процессов.

2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

В результате освоения дисциплины (модуля) формируются следующие компетенции:

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с индикаторами достижения компетенций

Компетенция	Индикаторы компетенций	Результаты обучения
ПК-2. Способен подготовить проектное предложение для проведения социологического и маркетингового исследования (самостоятельно или под руководством)	ПК-2.1. Проводит подготовку и планирование проектного предложения по реализации фундаментального или прикладного социологического исследования ПК-2.2. Разрабатывает программные и методические документы фундаментального или прикладного социологического исследования	Знать: особенности подготовки проектных предложений для проведения социологических исследований
		Уметь: проводить подготовку проектного предложения по реализации фундаментального или прикладного социологического исследования
		Владеть: навыками разработки программных и методических документов фундаментального или прикладного социологического исследования
ПК-3. Способен выполнить описание, объяснение, прогнозирование социальных явлений и процессов на основе результатов социологических исследований и экспертно-аналитической деятельности (самостоятельно или под руководством)	ПК-3.1. Выполняет описание социальных явлений и процессов на основе результатов социологических исследований и экспертно-аналитической деятельности ПК-3.2. Осуществляет объяснение и прогнозирование социальных явлений и процессов на основе результатов	Знать: специфику описания, объяснения, прогнозирования социальных явлений и процессов на основе результатов социологического исследования и экспертно-аналитической деятельности
		Уметь: осуществлять описание, объяснение, прогнозирование социальных явлений и процессов на основе результатов социологического исследования и экспертно-аналитической деятельности

	социологических исследований и экспертно-аналитической деятельности	Владеть: навыками составления и оформления итоговых документов по результатам социологических исследований и экспертно-аналитической деятельности
--	---	---

3. УКАЗАНИЕ МЕСТА ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Дисциплина Б1.В.05.03 «Социология цифровых коммуникаций» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений образовательной программы по направлению подготовки бакалавриата 39.03.01 Социология, направленность (профиль) Цифровая и экспертно-аналитическая социология, изучается на четвертом курсе, в седьмом семестре.

4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ В ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦАХ С УКАЗАНИЕМ КОЛИЧЕСТВА АКАДЕМИЧЕСКИХ ЧАСОВ, ВЫДЕЛЕННЫХ НА КОНТАКТНУЮ РАБОТУ ОБУЧАЮЩИХСЯ С ПРЕПОДАВАТЕЛЕМ (ПО ВИДАМ УЧЕБНЫХ ЗАНЯТИЙ) И НА САМОСТОЯТЕЛЬНУЮ РАБОТУ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единицы или 108 часов (из расчета 1 ЗЕТ= 36 часов).

Курс	Семестр	Трудоемкость в ЗЕТ	Общая трудоемкость (час.)	Контактная работа			Всего контактных часов	Из них:		Кол-во часов на СРС	Курсовые работы	Кол-во часов на контроль	Форма контроля
				ЛК	ПР	ЛБ		В интерактивной форме	В форме практической подготовки				
4	7	3	108	18	26		44	8	-	64	-	-	зачет
Итого:		3	108	18	26		44	8	-	64	-	-	зачет

В интерактивных формах часы используются в виде устных опросов (см. Приложение 1, практические занятия № 1-3), дискуссий (см. Приложение 1, практические занятия № 1, 3), ролевых игр (см. Приложение 1, практическое занятие № 2).

5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ, СТРУКТУРИРОВАННОЕ ПО ТЕМАМ (РАЗДЕЛАМ) С УКАЗАНИЕМ ОТВЕДЕННОГО НА НИХ КОЛИЧЕСТВА АКАДЕМИЧЕСКИХ ЧАСОВ И ВИДОВ УЧЕБНЫХ ЗАНЯТИЙ

№ п/п	Наименование раздела, темы	Контактная работа			Всего контактных часов	Из них:		Кол-во часов на СРС	Кол-во на контроль
		ЛК	ПР	ЛБ		В интерактивной форме	В форме практической подготовки		
1.	Социология цифровых коммуникаций как наука и учебная дисциплина	4	6	-	10	2	-	16	-
2.	Социологические детерминанты цифровых коммуникаций	4	6	-	10	2	-	16	-
3.	Социальная коммуникация как механизм социального взаимодействия	4	6	-	10	2	-	16	-
4.	Эффективность социальных коммуникаций в виртуальной среде	6	8	-	14	2	-	16	-
	Зачет			-					-
	Итого:	18	26	-	44	8	-	64	-

Тема 1. Социология цифровых коммуникаций как наука и учебная дисциплина

Понятие коммуникации. Коммуникация как объект социологии коммуникации. Социальная коммуникация как предмет социологии коммуникации. Место социологии коммуникации в системе научного знания.

Понятия «общение», «коммуникация» и «речевая деятельность». Функции коммуникации. Базовые составляющие социальной коммуникации: социальные структуры общества (их коммуникативные характеристики), коммуникативные системы, каналы и способы передачи и восприятия информации.

Истоки изучения социальной коммуникации.

Тема 2. Социологические детерминанты цифровых коммуникаций

Научные подходы к рассмотрению социальной коммуникации (информационный, когнитивный, семиотический, системный, деятельностный)

Когнитивный подход к социальной коммуникации. Понятие социологической доминанты коммуникации (стратификационные (социальный статус, социальная дифференциация, социальная интеграция, социальная интерференция); ситуативные (коммуникативные роли, коммуникативная сфера, коммуникативная ситуация, коммуникативная установка); оценочные (ценностная ориентация, оценочная информация, оценка партнера, самооценка, «социальный стереотип»); факторы, определяющие социальную дифференциацию, интеграцию и интерференцию; функциональные доминанты; речевой этикет.

Стратификационные, ситуативные, оценочные доминанты социальной коммуникации. Гендерные аспекты социальных коммуникаций. Проблема смысла и проблема понимания в коммуникациях.

Информационный подход к социальной коммуникации. Понятие информации. Концепции информации в современной науке. Типы информации. Социальная информация и ее виды. Информационная деятельность и информационное обслуживание.

Семиотический уровень коммуникации: понятие знака, типы знаков. Социальная обусловленность знаков; оппозиция знаков; свойство кумулятивности знаков. Синтактика, семантика и прагматика как основные аспекты семиотики, отражающие соотнесенность знаков. Коммуникативные механизмы понимания: знак, значение, смысл.

Системный подход к социальной коммуникации. Понятие системности. Понятия системного подхода (система, классификация, таксономия, стратификация, типология, уровни, модель). Системность коммуникации. Система языка и коммуникативные системы (коды). Виды коммуникативных систем (естественные, искусственные).

Деятельностный подход к социальной коммуникации. Коммуникационная деятельность и коммуникационные явления: микрокоммуникация, мидикоммуникация, макрокоммуникация. Уровни коммуникационной деятельности: межличностная, групповая, массовая. Формы коммуникационной деятельности: подражание, диалог, управление. Основные элементы коммуникационного процесса. Структурные модели коммуникации. Коммуникативные барьеры. Понятие и виды коммуникационных явлений.

Тема 3. Социальная коммуникация как механизм социального взаимодействия

Интенция как равнодействующая мотивов и целей общения.

Коммуникационные каналы, их разновидности. Устная коммуникация. Схема устной коммуникации. Функции естественного языка и речи. Электронная коммуникация. Глобальная коммуникационная система Интернет-коммуникация. Игра как творческое коммуникационное действие.

Вербальная и невербальная коммуникация.

Общение как совокупность перцепции, коммуникации, интеракции. Правда и ложь в коммуникационной деятельности. Модели социальной коммуникации: от информирования – к диалогу.

Сотрудничество и конфликты в коммуникационной деятельности.

Межличностная коммуникация. Личность в общей системе общественных отношений, т.е. в «социальном контексте». Виды общественных отношений: экономические, социальные, политические, идеологические и др. Специфика общественных отношений. Безличный характер общественных отношений. Место и природа межличностных отношений. Специфика межличностных отношений. Общение как реализация межличностных отношений. Единство общения и деятельности. Социально значимые функции межличностной коммуникации: взаимодействие и воздействие. Теория речевой деятельности: мотивы и цели коммуникации. Особенности межличностной коммуникации в малых группах. Условия, обеспечивающие эффективность межличностной коммуникации.

Групповая коммуникация. Понятие, виды и функции коммуникации в малой группе. Структура и динамика коммуникации в малой группе. Прагматика коммуникации в малых группах.

Массовая коммуникация. Понятие массовой коммуникации. Структура и функции массовой коммуникации. Теории массовой коммуникации. Эффективность массовой коммуникации.

Коммуникации в организациях Коммуникация как функция управления организацией. Особенности внутренних коммуникаций в организации. Виды коммуникаций в организациях. Формы деловой коммуникации в организации. Особенности маркетинговых коммуникаций.

Политическая коммуникация. Понятие политической коммуникации. Структура, средства и модели политической коммуникации. Электоральная политическая коммуникация. Политическая коммуникация в информационном обществе.

Межкультурная коммуникация. Понятие межкультурной коммуникации. Уровни межкультурной коммуникации. Формы межкультурной коммуникации. Лингвокультурологические аспекты межкультурной коммуникации. Типы восприятия межкультурных различий.

Тема 4. Эффективность социальных коммуникаций в виртуальной среде

Этика и правила эффективных коммуникаций. Дестабилизирующие факторы и трудности социальных коммуникаций. Пространство и время в социальных коммуникациях. Обратная связь в социальных коммуникациях.

Критерии и компоненты коммуникативных умений. Дифференциация аудитории по уровню развития коммуникативных (интерпретационных) навыков. Способы развития коммуникативной компетентности. Самопрезентация и ее роль в коммуникативном процессе организаций.

Понятие коммуникативных стратегий. Эффективные коммуникативные стратегии, формы, технологии. Критерии социальной эффективности средств массовой коммуникации.

Коммуникационные барьеры. Проект искусственного международного языка эсперанто. Документная коммуникация. Система документной коммуникации в XX веке. Цензура как орудие коммуникационного насилия.

Коммуникативная личность, ее параметры. Массовая коммуникация, сущность, функции. Межкультурная коммуникация, образ мира и языковая картина мира в разных культурах.

Управление коммуникациями. Технологии социально ориентированного управления коммуникационными процессами. Социальная диагностика коммуникационных процессов. Система диагностики коммуникативной компетентности личности.

6. ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ, НЕОБХОДИМОГО ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Основная:

1. Адамьянц Т.З. Социальные коммуникации. 2-е изд., пер. и доп. М., 2018. 200 с. URL: <https://biblio-online.ru/book/D80D260F-6378-4220-B497-FFE8884A4ED8/socialnye-kommunikacii>
2. Гавра Д.П. Основы теории коммуникации. 2-е изд., испр. и доп. СПб. : СПбГУ, 2018. 231 с. URL: <https://biblio-online.ru/book/0C6731B2-E59A-448A-BE95-7EFC1B36B516/osnovy-teorii-kommunikacii>
3. Яскевич Я. С., Васюков В. Л. Философия и методология социальных наук. Проблемы социальной коммуникации. 2-е изд., пер. и доп. : учебное пособие для вузов. Минск : Белорусский государственный университет, 2018. 246 с. URL: <https://biblio-online.ru/book/6231FFAF-C6C6-45F7-89FD-3459F652F23D/filosofiya-i-metodologiya-socialnyh-nauk-problemy-socialnoy-kommunikacii>
4. Касьянов, В. В. Социология Интернета : учебник для вузов / В. В. Касьянов, В. Н. Нечипуренко. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 424 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-04944-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/492734> (дата обращения: 30.03.2022).

Дополнительная:

5. Абрамов А. П., Боев Е. И., Каменский Е. Г. Социология управления : учебное пособие для студентов вузов. М. ; Берлин : Директ-Медиа, 2015. 385 с. URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=235088>
6. Байнова М. С., Катаева В. И. Основы социального управления : учебное пособие. М. ; Берлин : Директ-Медиа, 2017. 198 с. URL: http://lib.biblioclub.ru/book_464119_osnovyi_sotsialnogo_upravleniya/
7. Колесников А. В. Корпоративная культура : учебник и практикум для академического бакалавриата. М. : Издательство Юрайт, 2018. 167 с. URL: <https://biblio-online.ru/book/BDF2BE7-104B-44E1-95B8->

443B2AC121E7/korporativnaya-kultura

- Интернет-маркетинг : учебник для вузов / О. Н. Жильцова [и др.] ; под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 335 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15098-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489043> (дата обращения: 30.03.2022).

7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

В образовательном процессе используются:

учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации (учебная мебель, ноутбук, мультимедиа-проектор и экран);

помещения для самостоятельной работы (оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета);

помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования.

7.1. ПЕРЕЧЕНЬ ЛИЦЕНЗИОННОГО ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ

Лицензионное программное обеспечение зарубежного производства:

- IBM SPSS Statistics
- Microsoft Office

7.2. ЭЛЕКТРОННО-БИБЛИОТЕЧНЫЕ СИСТЕМЫ

- ЭБС издательства «Лань» <https://e.lanbook.com/>
- ЭБС издательства «Юрайт» <https://biblio-online.ru/>
- ЭБС «Университетская библиотека онлайн» <https://biblioclub.ru/>

7.3. СОВРЕМЕННЫЕ БАЗЫ ДАННЫХ

- Информационно-аналитическая система SCIENCE INDEX
- Электронная база данных Scopus
- Базы данных компании CLARIVATE ANALYTICS

7.4. ИНФОРМАЦИОННЫЕ СПРАВОЧНЫЕ СИСТЕМЫ

- Справочно-правовая информационная система Консультант Плюс <http://www.consultant.ru/>
- ООО «Современные медиа технологии в образовании и культуре». <http://www.informio.ru/>

8. ИНЫЕ СВЕДЕНИЯ И МАТЕРИАЛЫ НА УСМОТРЕНИЕ ВЕДУЩЕЙ КАФЕДРЫ

Не предусмотрено.

9. ОБЕСПЕЧЕНИЕ ОБРАЗОВАНИЯ ДЛЯ ЛИЦ С ОВЗ

Для обеспечения образования инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья реализация дисциплины может осуществляться в адаптированном виде, с учетом специфики освоения и дидактических требований, исходя из индивидуальных возможностей и по личному заявлению обучающегося.
