

МИНОБРНАУКИ РОССИИ



Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«**Российский государственный гуманитарный университет**»  
(ФГБОУ ВО «РГГУ»)

СОЦИОЛОГИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ  
Кафедра политической социологии и социальных технологий

## **СОЦИОЛОГИЯ КОММУНИКАЦИЙ**

### **РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

**39.03.01 Социология**

---

*Код и наименование направления подготовки/специальности*

**Социальные, политические и управленческие технологии**

**Социология маркетинга**

**Цифровая социология и социальная диагностика**

---

*Наименование направленности (профиля)/ специализации*

Уровень высшего образования: *бакалавриат/специалитет/магистратура*

Форма обучения: *Очная, очно-заочная*

РПД адаптирована для лиц  
с ограниченными возможностями  
здоровья и инвалидов

Москва 2024

*Социология коммуникаций*  
Рабочая программа дисциплины

Составитель(и):

Кандидат культурологии, доц., доцент кафедры политической социологии, М.С. Цапко

УТВЕРЖДЕНО

Протокол заседания кафедры

№ 7 от 28 марта 2024 года

## ОГЛАВЛЕНИЕ

1. Пояснительная записка .....	4
1.1. Цель и задачи дисциплины .....	4
1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций .....	4
1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы .....	5
2. Структура дисциплины .....	5
3. Содержание дисциплины .....	5
4. Образовательные технологии .....	9
5. Оценка планируемых результатов обучения .....	9
5.1 Система оценивания .....	9
5.2 Критерии выставления оценки по дисциплине .....	10
5.3 Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине .....	11
6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины .....	11
6.1 Список источников и литературы .....	11
6.2 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет». ....	12
6.3 Профессиональные базы данных и информационно-справочные системы .....	12
7. Материально-техническое обеспечение дисциплины .....	12
8. Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов .....	13
9. Методические материалы .....	14
9.1 Планы семинарских/ практических/ лабораторных занятий .....	14

## 1. Пояснительная записка

### 1.1. Цель и задачи дисциплины

Цель дисциплины: освоение основных подходов к изучению социальной коммуникации в связи с совокупностью наук, изучающих данный социальный феномен.

Задачи:

- рассмотреть онтологические, гносеологические и методологические обоснования теории коммуникации;
- изучить современные подходы к системной организации коммуникации; рассмотреть возможности решения задач естественных и естественно-искусственных коммуникативных систем в связи с социальными запросами современного общества;
- обосновать единицы, функции и социально значимые категории межличностной и массовой коммуникации с учетом параметров коммуникативной личности как единицы социума;
- определить актуальный круг проблем массовой коммуникации;
- выявить особенности таких коммуникативных областей, как общественные связи и отношения.

### 1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций

Компетенция (код и наименование)	Индикаторы компетенций (код и наименование)	Результаты обучения
ОПК-2	ОПК-2.1 «Находит, анализирует и представляет фактические данные, готовит аналитическую информацию об исследуемых социальных группах, процессах и явлениях»	<i>В результате освоения дисциплины обучающийся должен демонстрировать следующие результаты образования:</i>  <b>Знать:</b> изложенные в курсе теоретические и методологические концепции теории коммуникаций
	ОПК-2.2 «Описывает социальные исследования и процессы на основе объективной безоценочной интерпретации эмпирических данных»	<b>Уметь:</b> работать с категориями «общение», «коммуникация», «речевая деятельность» и понятиями, связанными с ними; анализировать и интерпретировать тексты по социологии коммуникаций; исследовать особенности социальной коммуникации разных социокультурных общностей, используя адекватные социологические методы.
	ОПК-2.3 «Объясняет социальные явления и процессы на основе концепций и объяснительных моделей социологии»	<b>Владеть:</b> понятийным аппаратом дисциплины; техниками анализа и интерпретации материала. (номер/индекс компетенции)

### 1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина (модуль) «Социология коммуникаций» относится к обязательной части блока дисциплин учебного плана.

Для освоения дисциплины (модуля) необходимы знания, умения и владения, сформированные в ходе изучения следующих дисциплин и прохождения практик: основы социологии, зарубежная социология, русская социология, социология культуры.

### 2. Структура дисциплины<sup>1</sup>

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 3 з.е., 108 академических часа (ов).

#### Структура дисциплины для очной формы обучения

Объем дисциплины в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, при проведении учебных занятий:

Семестр	Тип учебных занятий	Количество часов
	Лекции	24
	Семинары <sup>2</sup>	36
	Всего:	60

Объем дисциплины (модуля) в форме самостоятельной работы обучающихся составляет 48 академических часа(ов).

Объем дисциплины в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, при проведении учебных занятий:

Семестр	Тип учебных занятий	Количество часов
	Лекции	12
	Семинары <sup>3</sup>	24
	Всего:	36

Объем дисциплины (модуля) в форме самостоятельной работы обучающихся составляет 72 академических часа(ов).

### 3. Содержание дисциплины<sup>4</sup>

№	Наименование раздела дисциплины	Содержание
1.	Введение. Основные этапы формирования научного знания о коммуникации.	<ul style="list-style-type: none"><li>Общение. Коммуникация. Речевая деятельность. Базовые составляющие социокommunikации. Истоки изучения социальной коммуникации.</li></ul>

<sup>1</sup> При реализации образовательной программы на очно-заочной и заочной формах обучения, таблица составляется для каждой формы.

<sup>2</sup> В соответствии с учебным планом

<sup>3</sup> В соответствии с учебным планом

<sup>4</sup> Раздел может быть представлен как в текстовой форме, так и в таблице

		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Место социология коммуникации в системе наук о коммуникации.</li> <li>• Понимание социальной коммуникации как предмета социокommunikации позволяет обосновать ее базовые составляющие – основные аспекты исследования: социальные структуры общества; коммуникативные системы, реализующие различные виды социальной коммуникации; каналы, уровни и средства коммуникации, обеспечивающие передачу и восприятие информации и социально значимой оценки.</li> <li>• Три группы направлений изучения социальной коммуникации: социологические направления науки о языке; социальный конструктивизм и этнология коммуникации; теория речевых (коммуникативных) актов и «критический анализ дискурса».</li> </ul>
2.	<b>Основы теории социальной коммуникации.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Онтологические, гносеологический, и методологический аспекты социальной коммуникации. Конструктивные методологические принципы и социальная коммуникация.</li> <li>• Биологические истоки социального поведения. Фактор принадлежности индивида к определенному этносу. Фактор социальной стратификации.</li> <li>• Взаимодействие коммуникации и социальных структур. Определение функций социальной коммуникации. Обоснование единиц социальной коммуникации. Понимание социальной информации.</li> <li>• Бихевиоризм как теоретико-методологическая основа; символический интеракционизм; феноменологическое направление; структурный функционализм; принципы диалектики; неомарксизм.</li> </ul>
3.	<b>Социологические доминанты коммуникации.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Стратификационная, ситуативная, оценочная и функциональная группы доминант коммуникации.</li> <li>• Понятие «социальный статус». Прагматический, коммуникативный, когнитивный параметры. Социальная дифференциация как социологическая доминанта – социально обусловленная и доминирующая характеристика коммуникации.</li> <li>• Социальные роли. Коммуникативная установка. Социальная оценка информации. Речевой этикет.</li> </ul>
4.	<b>Системность коммуникации и виды коммуникативных систем.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Понятие системности. Система языка и коммуникативные системы. Виды коммуникативных систем. Информационные языки.</li> <li>• Способы представления системности элементов коммуникации – научные аналоги их реальных связей и отношений: система; классификация; таксономия; стратификация; типология.</li> <li>• Дифференциация искусственных коммуникативных систем на априорные, апостериорные и смешанные.</li> <li>• Языки программирования. Системообразующие факторы.</li> </ul>
5.	<b>Теории уровней коммуникации. Семиотический уровень.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Критерии уровней коммуникации. Семиотический уровень (типология знаков как единиц семиотического уровня коммуникации; социальная обусловленность знаков как единиц семиотического уровня; кумулятивный характер коммуникативных систем семиотического уровня).</li> <li>• Функциональная общность. Вербальные, невербальные и синтетические знаки.</li> <li>• Типологии знаков. Основные аспекты характера соотношенности знаков: синтактика, семантика и</li> </ul>

		прагматика.
6.	<b>Лингвистический и металингвистический уровни.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Языковой уровень коммуникации и его коммуникативные единицы. (Высказывание. Дискурс. Моделирование дискурса. Модель М.Хэллдея «ситуативный тип»). Металингвистический уровень коммуникации и его коммуникативные единицы.</li> <li>• Речевой акт – речевое поведение.</li> </ul>
7.	<b>Паралингвистический уровень.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Природа невербальной коммуникации. Взаимодействие вербальных и невербальных средств коммуникации. Социальная дифференциация и варьирование. Коммуникативные единицы НВК и их типология.</li> <li>• Функции вербальных фонационных средств коммуникации: социально-информационная, оценочная, эмотивная, регулирующая.</li> <li>• Функции прагматической направленности: установление контакта, установление обратной связи, самопрезентация, социальная ориентация, побудительная, регулирующая.</li> <li>• Функции экспрессивных средств: эмфатическая, эмотивная, адаптирующая.</li> <li>• Невербальные эквиваленты и особенности их функционирования.</li> </ul>
8.	<b>Синтетический уровень.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Природа синтетического уровня и виды коммуникативных систем. Социальная значимость синтетического уровня и социологические аспекты его изучения. Сравнение уровней коммуникации.</li> <li>• Коммуникативная система кино – специфическая сфера социальной коммуникации.</li> <li>• Социология музыки, социология искусства как отраслевые области изучения коммуникации социологическими методами.</li> </ul>
9.	<b>Современные подходы к типологизации коммуникации. Коммуникативная личность.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Личность. Языковая личность. Коммуникативная личность.</li> <li>• Вербально-семантическая, когнитивная, прагматическая характеристики. Оценка коммуникативной личности как социального феномена.</li> <li>• Параметры коммуникативной личности: мотивационный, когнитивный и функциональный.</li> </ul>
10.	<b>Типы коммуникации Межличностная коммуникация.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Сущность и функции межличностной коммуникации. Условия, обеспечивающие эффективность межличностной коммуникации.</li> <li>• Особенности межличностной коммуникации и ее моделирование. Понятия «неотвратимость» и «неизбежность». Непосредственная обратная связь. Межличностные отношения. Многоканальность как специфическая черта актуализации межличностной коммуникации.</li> <li>• «Установление контакта на дальних подступах к цели. Игра в откровенность с резким переходом к основному мотиву. Открытое наступление. Последний удар» - пример классификации мотивационной теории коммуникации.</li> </ul>
11.	<b>Массовая коммуникация (теоретический аспект).</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Сущность и функции массовой коммуникации. Теории, проблемы и направления изучения коммуникации.</li> <li>• Условия, необходимые для функционирования массовой коммуникации: наличие технических средств, обеспечивающих регулярность и тиражированность массовой коммуникации;</li> </ul>

		<p>социальная значимость информации; массовая аудитория; многоканальность и возможность выбора коммуникативных средств.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Функции массовой коммуникации: информационная, регулирующая, культурологическая.</li> <li>• Теоретические направления изучения: функция политического контроля, функции опосредованного духовного контроля, культурологическая функция.</li> <li>• Теория массового общества. Политико-экономическая теория. Критическая теория. Теория гегемонии СМИ. Советская социологическая школа. Структурно-функциональные теории. Франкфуртская школа (второй волны). Бирмингемская школа. Культурологическая теория массовой коммуникации как нового этапа социального общения. Теории «информационного общества». Теории массовой коммуникации в отечественных исследованиях.</li> </ul>
12.	<b>Массовая коммуникация (прагматический аспект).</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Моделирование массовой коммуникации. Факторы, способствующие воздействию массовой коммуникации. Средства массовой коммуникации (СМК) в прагматическом аспекте.</li> <li>• Социопсихологические, информационные и коммуникативные факторы, способствующие воздействию массовой коммуникации.</li> </ul>
13.	<b>Массовая коммуникация (экспериментально-прикладной аспект).</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Массовая коммуникация и сфера общественных связей и отношений. Массовая коммуникация и реклама. Массовая коммуникация и речевая деятельность. Прикладные задачи социологии коммуникации.</li> <li>• «Человеческий фактор».</li> <li>• Функции рекламной деятельности: обслуживание продаж, помощь компаниям реализовывать товар; помощь потенциальному покупателю в выборе товаров и услуг; мотивация предметно-функциональных потребностей массовой аудитории; стимулирование потенциального потребителя на предмет приобретения новых товаров, создавая, в конечном счете, культ приобретения; катализ производительной и рекламной деятельности конкурентов; демонстрация материальных и культурных возможностей.</li> <li>• Основные каналы рекламирования. Актуальные методы социологии рекламы.</li> <li>• Специфика социального кодирования посредством рекламного сообщения.</li> </ul>
14.	<b>Методология и методы изучения коммуникации.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Общее, особенное и единичное в методологии. Общенаучные принципы исследования социальной коммуникации. Частнонаучные принципы исследования социальной коммуникации. Конкретные (специализированные) методы исследования социальной коммуникации. Конкретные (специализированные) методы исследования социальной коммуникации.</li> <li>• Взаимосвязь трех составляющих социологии коммуникации – социальных структур, коммуникативных систем и коммуникативных средств.</li> <li>• Основные методы исследования массовых коммуникаций: выборочный опрос, метод экспертных оценок, метод наблюдения, метод тестирования, социометрия.</li> <li>• Методы обработки полученных данных:</li> </ul>



		корреляционный анализ, факторный анализ, детерминационный, дисперсионный, латентно-структурный анализ, метод имплекационных шкал, контент-анализ, дискурс-анализ.
--	--	---

#### 4. Образовательные технологии<sup>5</sup>

Для проведения учебных занятий по дисциплине используются различные образовательные технологии. Для организации учебного процесса может быть использовано электронное обучение и (или) дистанционные образовательные технологии.

Для организации учебного процесса с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий могут быть использованы следующие образовательные технологии:

- видео-лекции;
- онлайн-лекции в режиме реального времени;
- электронные учебники, учебные пособия, научные издания в электронном виде и доступ к иным электронным образовательным ресурсам;
- системы для электронного тестирования;
- консультации с использованием телекоммуникационных средств.

#### 5. Оценка планируемых результатов обучения

##### 5.1 Система оценивания<sup>6</sup>

Форма контроля	Макс. количество баллов	
	За одну работу	Всего
Текущий контроль:		
- участие в дискуссии на семинаре	2 балла	20 баллов
- практическое задание на семинаре (ролевой доклад, ролевая игра)	5 баллов	20 баллов
- контрольная работа	20 баллов	20 баллов
Промежуточная аттестация – экзамен		40 баллов
<b>Итого за семестр</b>		<b>100 баллов</b>

Полученный совокупный результат конвертируется в традиционную шкалу оценок и в шкалу оценок Европейской системы переноса и накопления кредитов (European Credit Transfer System; далее – ECTS) в соответствии с таблицей:

100-балльная шкала	Традиционная шкала		Шкала ECTS
95 – 100	отлично	зачтено	A
83 – 94			B
68 – 82	хорошо		C
56 – 67	удовлетворительно		D
50 – 55			E
20 – 49	неудовлетворительно	не зачтено	FX
0 – 19			F

<sup>5</sup> В разделе указываются образовательные технологии, используемые при реализации различных видов учебных занятий для наиболее эффективного освоения дисциплины. При проведении учебных занятий обеспечивается развитие у обучающихся навыков командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерских качеств (включая при необходимости проведение интерактивных лекций, групповых дискуссий, ролевых игр, тренингов, анализ ситуаций и имитационных моделей, преподавание дисциплин (*модулей*) в форме курсов, составленных на основе результатов научных исследований, в том числе с учётом региональных особенностей профессиональной деятельности выпускников и потребностей работодателей (п.34. Приказ №245).

<sup>6</sup> Система оценивания выстраивается в соответствии с учебным планом, где определены формы промежуточной аттестации (зачёт/зачёт с оценкой/экзамен), и структурой дисциплины, где определены формы текущего контроля. Указывается распределение баллов по формам текущего контроля и промежуточной аттестации, сроки отчётности.

## 5.2 Критерии выставления оценки по дисциплине

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
100-83/ A,B	отлично/ зачтено	<p>Выставляется обучающемуся, если он глубоко и прочно усвоил теоретический и практический материал, может продемонстрировать это на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся исчерпывающе и логически стройно излагает учебный материал, умеет увязывать теорию с практикой, справляется с решением задач профессиональной направленности высокого уровня сложности, правильно обосновывает принятые решения.</p> <p>Свободно ориентируется в учебной и профессиональной литературе.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «высокий».</p>
82-68/ C	хорошо/ зачтено	<p>Выставляется обучающемуся, если он знает теоретический и практический материал, грамотно и по существу излагает его на занятиях и в ходе промежуточной аттестации, не допуская существенных неточностей.</p> <p>Обучающийся правильно применяет теоретические положения при решении практических задач профессиональной направленности разного уровня сложности, владеет необходимыми для этого навыками и приёмами.</p> <p>Достаточно хорошо ориентируется в учебной и профессиональной литературе.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «хороший».</p>
67-50/ D,E	удовлетво- рительно/ зачтено	<p>Выставляется обучающемуся, если он знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает отдельные ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся испытывает определённые затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, владеет необходимыми для этого базовыми навыками и приёмами.</p> <p>Демонстрирует достаточный уровень знания учебной литературы по дисциплине.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «достаточный».</p>
49-0/ F,FX	неудовлет- ворительно/ не зачтено	<p>Выставляется обучающемуся, если он не знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает грубые ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся испытывает серьёзные затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, не владеет необходимыми для этого навыками и приёмами.</p> <p>Демонстрирует фрагментарные знания учебной литературы по дисциплине.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции на уровне «достаточный», закреплённые за дисциплиной, не сформированы.</p>

### 5.3 Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине<sup>7</sup>

#### Перечень примерных вопросов к контрольной работе.

1. Что такое коммуникация?
2. Что такое информация?
3. Каковы основные типы коммуникации?
4. Каковы основные виды коммуникации?
5. Основные положения теории коммуникативного действия Ю.Хабермаса.
6. Основные положения работы М.Маклюэна «Понимание медиа».

#### Темы для подготовки к итоговой письменной работе.

1. Социология коммуникаций как отраслевая наука. Предмет социологии коммуникаций.
2. Многообразие методов социологии применительно к исследованиям в сфере массовых коммуникаций.
3. Реклама как специфический вид коммуникации.
4. Особенности наружной рекламы как вида городской информации.
5. Особенности замера эффективности рекламного воздействия.
6. Основные представители Франкфуртской школы социальных исследований.
7. Использование феноменологических концепций в области социологии массовых коммуникаций.
8. Использование структуралистских концепций в изучение функционирования массовых коммуникаций.
9. Специфика функционирования средств массовой информации.
10. Место социологии коммуникаций в системе наук о коммуникации.

## 6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

### 6.1 Список источников и литературы

#### Основная литература

1. Осипова Елена Анатольевна. Социология массовых коммуникаций : учебник : для студентов вузов, обучающихся по направлению подготовки (специальности) "Реклама и связи с общественностью" / Е. А. Осипова, И. В. Орлова, И. В. Соколова. - Москва : Академия, 2014. - 398 с. : рис., табл. ; 22 см. - (Высшее образование. Бакалавриат). - Библиогр. в конце гл. и с. 394-396. - ISBN 978-5-7695-7438-2 : 563.20. URL: <https://search.rsl.ru/ru/record/01007551232?ysclid=lumj0vo1z4562565318>

#### Дополнительная литература

1. Аверин А.Н. Социология коммуникации и социология массовой коммуникации в системе научного знания // Коммуникология. 2015. №5. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sotsiologiya-kommunikatsii-i-sotsiologiya-massovoy-kommunikatsii-v-sisteme-nauchnogo-znaniya>
2. Полуэхтова И.А. Социология массовых коммуникаций // Знание. Понимание. Умение. 2012. №3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sotsiologiya-massovyh-kommunikatsiy>
3. Резаев А. В., Трегубова Н. Д. Социология общения и социология коммуникации: основания различия и точки роста в современной теоретической социологии //

<sup>7</sup> Приводятся примеры оценочных средств в соответствии со структурой дисциплины и системой контроля: варианты тестов, тематика письменных работ, примеры экзаменационных билетов, типовые задачи, кейсы и т.п. Оценочными средствами должны быть обеспечены все формы текущего контроля и промежуточной аттестации. Они должны быть ориентированы не только на проверку сформированности знаний, но также умений и владений.

Мониторинг. 2015. №1 (125). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sotsiologiya-obscheniya-i-sotsiologiya-kommunikatsii-osnovaniya-razlicheniya-i-tochki-rosta-v-sovremennoy-teoreticheskoy-sotsiologii>

4. Кастельс Мануэль. Власть коммуникации : [учебное пособие] / Мануэль Кастельс ; пер. с англ. Н. М. Тылевич под науч. ред. А. И. Черных. - Москва : Изд. дом Высш. шк. экономики, 2016. - 563, [1] с. : рис., табл. ; 24 см. - (Переводные учебники ВШЭ). - Пер. изд.: Communication power / Manuel Castells (2009). - Доп. тит. л. англ. - Библиогр.: с. 510-557. - Указ. имен: с. 558-564. - ISBN 978-5-7598-1009-4. - ISBN 978-0-19-956704-1 : 462.00. URL: [https://id.hse.ru/data/2015/12/22/1132940537/Castells\\_site.pdf](https://id.hse.ru/data/2015/12/22/1132940537/Castells_site.pdf)
5. Черных, Алла Ивановна. Социология массовых коммуникаций : учеб. пособие / Алла Черных ; Гос. ун-т Высш. шк. экономики. - М. : ГУ ВШЭ, 2008. - 451 с. : рис., табл. ; 21 см. - Библиогр.: с. 445-452. - ISBN 978-5-7598-0482-6. : 275.29 URL: <https://www.hse.ru/data/2010/11/03/1223349159/1.2.pdf?ysclid=lumiz1hf89280303672>

## **6.2 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».**

1. Национальная электронная библиотека (НЭБ) [www.rusneb.ru](http://www.rusneb.ru)
2. ELibrary.ru Научная электронная библиотека [www.elibrary.ru](http://www.elibrary.ru)
3. Электронная библиотека Grebennikon.ru [www.grebennikon.ru](http://www.grebennikon.ru)

## **6.3 Профессиональные базы данных и информационно-справочные системы**

Доступ к профессиональным базам данных: <https://liber.rsuh.ru/ru/bases>

Информационные справочные системы:

1. Консультант Плюс
2. Гарант

## **7. Материально-техническое обеспечение дисциплины**

Для обеспечения дисциплины используется материально-техническая база образовательного учреждения: учебные аудитории, оснащённые компьютером и проектором для демонстрации учебных материалов.

Перечень материально-технических средств: компьютер, доска, проектор

Кроме того, в процессе подготовки к занятиям, предусматривается использование отдельных видов программного обеспечения.

Состав программного обеспечения:

1. Windows
2. Microsoft Office
3. Kaspersky Endpoint Security

## **8. Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов**

В ходе реализации дисциплины используются следующие дополнительные методы обучения, текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся в зависимости от их индивидуальных особенностей:

- для слепых и слабовидящих: лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением; письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением или могут быть заменены устным ответом; обеспечивается индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс; для выполнения задания при необходимости предоставляется увеличивающее устройство; возможно также использование собственных

увеличивающих устройств; письменные задания оформляются увеличенным шрифтом; экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.

- для глухих и слабослышащих: лекции оформляются в виде электронного документа, либо предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования; письменные задания выполняются на компьютере в письменной форме; экзамен и зачёт проводятся в письменной форме на компьютере; возможно проведение в форме тестирования.

- для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением; письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением; экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.

При необходимости предусматривается увеличение времени для подготовки ответа.

Процедура проведения промежуточной аттестации для обучающихся устанавливается с учётом их индивидуальных психофизических особенностей. Промежуточная аттестация может проводиться в несколько этапов.

При проведении процедуры оценивания результатов обучения предусматривается использование технических средств, необходимых в связи с индивидуальными особенностями обучающихся. Эти средства могут быть предоставлены университетом, или могут использоваться собственные технические средства.

Проведение процедуры оценивания результатов обучения допускается с использованием дистанционных образовательных технологий.

Обеспечивается доступ к информационным и библиографическим ресурсам в сети Интернет для каждого обучающегося в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

- для слепых и слабовидящих: в печатной форме увеличенным шрифтом, в форме электронного документа, в форме аудиофайла.
- для глухих и слабослышащих: в печатной форме, в форме электронного документа.
- для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата: в печатной форме, в форме электронного документа, в форме аудиофайла.

Учебные аудитории для всех видов контактной и самостоятельной работы, научная библиотека и иные помещения для обучения оснащены специальным оборудованием и учебными местами с техническими средствами обучения:

- для слепых и слабовидящих: устройством для сканирования и чтения с камерой SARA CE; дисплеем Брайля PAC Mate 20; принтером Брайля EmBraille ViewPlus;
- для глухих и слабослышащих: автоматизированным рабочим местом для людей с нарушением слуха и слабослышащих; акустический усилитель и колонки;
- для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата: передвижными, регулируемые эргономическими партами СИ-1; компьютерной техникой со специальным программным обеспечением.

## **9. Методические материалы**

### **9.1 Планы семинарских/ практических/ лабораторных занятий**

#### **Тема 1. Эволюция теории коммуникации. Основы теории социальной коммуникации.**

##### **Занятие №1-2**

- Многообразие подходов к изучению коммуникаций.
- Место социологии коммуникации в системе наук о коммуникации.
- Категориально-понятийный аппарат социологии коммуникации.
- Социокоммуникация как научная дисциплина.

**Вопросы для обсуждения:**

1. Основные подходы к изучению коммуникации.
2. Как соотносятся социология коммуникации, социальная коммуникация и социокommunikация?
3. Разведите понятия общение, коммуникация и речевая деятельность.
4. Каковы базовые составляющие социальной коммуникации и проблемные вопросы, связанные с ними?
5. Предмет социокommunikации.
6. Что является неперенным условием для становления социокommunikации как научной дисциплины?

**Тема 2. Новые подходы к изучению коммуникации. Конструктивные методологические принципы общефилософских и социологических в области теории коммуникаций**

**Занятие №3-6**

- Онтология социальной коммуникации.
- Гносеологический аспект социальной коммуникации.
- Основные единицы социальной коммуникации.

**Вопросы для обсуждения:**

1. Какие факторы определяют онтологию социальной коммуникации?
2. Какие вопросы составляют проблематику гносеологического аспекта социальной коммуникации?
3. В чем заключается трудность обоснования единиц коммуникации?
4. Как понимается социальная информация?
5. Почему социальный статус является важнейшей категорией социальной коммуникации?
6. Какие факторы, определяющие социальный статус, имеют социальную значимость?
7. В чем различие между методологией и методикой?
8. Какие методологические принципы общефилософских и социологических концепций являются конструктивными для социальной коммуникации?
9. В чем смысл утверждения: «Познание не может пренебречь фактором целостности»?
10. Насколько справедливо высказывание: «Социальная наука, по-видимому, имеет необходимым образом пробный характер: она теоретически плюралистична и не завершена»?

**Тема 3. Актуальные концепции социальной коммуникации США и Западной Европы. Исследования социальной коммуникации постсоветской России**

**Занятие №7-9****Вопросы для обсуждения:**

1. Что отличает современные западные подходы к изучению коммуникации?
2. Каковы основные направления исследований современных отечественных специалистов в области социальной коммуникации?
3. Какие международные проекты в области социальной коммуникации апробируют новые подходы к ее изучению?
4. Каковы основные результаты таких исследований?

**Тема 4. Современные подходы к типологизации коммуникации. Межличностная и массовая коммуникации: виды коммуникативных систем**

**Занятие №10-14**

- Понятия «система» в социологии коммуникации. Способы научной систематизации объектов.
- Соотнесение языковой и коммуникативной систем.
- Место и роль искусственных языков в социальной реальности.

- Специфика естественных и искусственных коммуникативных систем.

**Вопросы для обсуждения:**

1. Какие основные типы коммуникации?
2. Что такое система и каковы ее существенные признаки?
3. Какие существуют способы научной систематизации объектов?
4. Сравните элементы языковой и коммуникативной систем.
5. Как дифференцируются единицы коммуникации?
6. В чем сходство и различие взаимосвязей элементов в языковой и коммуникативных системах?
7. Чем объясняется множественность коммуникативных систем?
8. Каковы критерии выделения коммуникативных систем различных видов с учетом типа коммуникации?
9. В чем назначение и каковы основные функции «искусственных языков», их классификация?
10. Что такое визуализация информации и каковы ее формы применительно к межличностной и массовой коммуникации?
11. Чем обусловлены сходства и различия в естественных и искусственных коммуникативных системах?

**Тема 5. Многообразие методов социологии коммуникации**

**Занятие №15-18**

- Соотнесенность фундаментальных принципов научного исследования.
- Специфический характер методологической концепции социальной коммуникации.
- Многообразие методов социологии коммуникации. Специфические методы социокommunikации.

**Вопросы для обсуждения:**

1. Как понимается соотнесенность фундаментальных принципов научного исследования, частнонаучных методов и конкретных методов?
2. В чем различие между «методологией» и «идеологией»?
3. Можно ли пользоваться методами, заимствованными из других наук?
4. Какие требования предъявляются к частнонаучным методам?
5. Чем определяется выбор конкретных специализированных методов?
6. По каким критериям различаются конкретные методы?
7. Чем объясняется незавершенность методологической концепции социальной коммуникации соотнесенность фундаментальных принципов научного исследования?
8. Какие общенаучные принципы существенны для исследования социальной коммуникации?
9. В чем состоит оптимальность познавательного-прагматического подхода к исследованию социальной коммуникации?
10. Какие частнонаучные принципы существенны для исследования социальной коммуникации?
11. Какие конкретные методы используются на начальном, последующем и завершающем этапах исследования социальной коммуникации?
12. В чем суть контент-анализа; его сильные и слабые стороны?
13. Что такое дискурс-анализ и каковы возможности его использования для исследования социальной коммуникации?



### Аннотация дисциплины

Дисциплина «Социология коммуникаций» реализуется на социологическом факультете кафедрой политической социологии и социальных технологий.

**Цель дисциплины:** ознакомление студентов с историей применения социологических исследований в сфере рекламы и новейшими теоретическими и прикладными разработками в области социологии рекламы и маркетинговых исследований ознакомление студентов с историей рекламы и новейшими теоретическими и прикладными разработками в области социологии рекламы и маркетинге.

**Задачи дисциплины:**

- изложение вопросов, связанных с маркетинговыми исследованиями и изучением рекламы социологическими методами;
- использовать знания, полученные в ходе изучения других предметов применительно к маркетингу и рекламной сфере;
- рассмотреть конкретные методики прикладных исследований с целью формирования у студентов навыка адекватного выбора метода для решения разного рода исследовательских проблем.

**Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:**

ПК-1 — Способность анализировать, интерпретировать данные фундаментальных и прикладных социологических исследований

ПК-2 — Способность планировать и проектировать фундаментальные и прикладные социологические исследования

В результате освоения дисциплины обучающийся должен демонстрировать следующие результаты образования:

**Знать:**

- содержание изложенных в курсе теоретических и методологических концепций социологии рекламы и маркетинга.

**Уметь:**

- адекватно выбирать метод для решения разного рода исследовательских проблем;
- оценивать каналы рекламирования в соответствии со спецификой продвигаемого бренда;
- оценивать эффективность рекламных кампаний;
- формировать необходимый пакет документов для проведения маркетингового исследования в сфере рекламы;
- привлекать информацию смежных отраслей знания для анализа и интерпретации получаемых в ходе исследования данных.

**Владеть:**

- навыком использования знаний, полученных в ходе изучения дисциплин, предметно связанных с маркетингом и рекламной сферы, в том числе
- понятийным аппаратом дисциплины;
- техниками анализа и интерпретации материала.