

МИНОБРНАУКИ РОССИИ



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

СОЦИОЛОГИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ
Кафедра политической социологии и социальных технологий

ЦИФРОВАЯ СРЕДА КАК ПРОСТРАНСТВО ПОЛИТИЧЕСКИХ КОММУНИКАЦИЙ

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Для бакалавриата по направлению

39.03.01 Социология
Социальные, политические и управленческие технологии

Квалификация (степень) бакалавр
Форма обучения (очная, очно-заочная)

РПД адаптирована для лиц
с ограниченными возможностями
здоровья и инвалидов

Москва 2024

ИНТЕРНЕТ КАК ПРОСТРАНСТВО ПОЛИТИЧЕСКИХ КОММУНИКАЦИЙ
Рабочая программа дисциплины

Составитель(и):

канд. соц. наук, доцент, А.А.Хохлов

УТВЕРЖДЕНО

Протокол заседания кафедры

№ 7 от 28.03.2024 г.

ОГЛАВЛЕНИЕ

1. Пояснительная записка	Error! Bookmark not defined.
1.1. Цель и задачи дисциплины	Error! Bookmark not defined.
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.....	6
3. Содержание дисциплины.....	6
4. Образовательные технологии	8
5. Оценка планируемых результатов обучения.....	8
5.1 Система оценивания	8
5.2 Критерии выставления оценки по дисциплине.....	9
5.3 Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине	10
6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины	12
6.1 Список источников и литературы	12
6.2 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет». ..	13
7. Материально-техническое обеспечение дисциплины	14
8. Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов	Error! Bookmark not defined.
9. Методические материалы.....	16
9.1 Планы семинарских/ практических/ лабораторных занятий.....	16
9.2 Методические рекомендации по подготовке письменных работ	20
9.3 Иные материалы.....	20
Приложение 1. Аннотация дисциплины	21

1. Пояснительная записка

1.1. Цель и задачи дисциплины

Цель дисциплины: ознакомление студентов с социологией массовых коммуникаций как научной дисциплиной, ее основными понятиями и методологическими принципами, классическими и современными концепциями коммуникации и сетевого политического поведения, методами и важнейшими результатами эмпирических исследований.

В рамках данной дисциплины предусматривается решение *следующих задач*:

Выявить последствия проникновения Интернета в политическую коммуникацию;

- рассмотреть основные этапы привлечения Интернета;
- изучить современные подходы к системной организации коммуникации; рассмотреть возможности решения задач естественных и естественно-искусственных коммуникативных систем в связи с социальными запросами современного общества;
- рассмотреть формы политического участия российских граждан посредством Интернет-технологий;
- проанализировать латентные функции политической Интернет-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
ПК 1 Способен анализировать, интерпретировать данные фундаментальных и прикладных социологических исследований	ПК 1.1 Описывает, объясняет, прогнозирует социальные явления и процессы на основе теоретических концепций, результатов фундаментальных и прикладных социологических исследований	<i>Знать:</i> содержание изложенных в курсе социологических и методологических концепций <i>Уметь:</i> - применять методы и технологии работы с различными целевыми аудиториями <i>Владеть:</i> понятийным аппаратом дисциплины
	ПК 1.2 Составляет и оформляет итоговые документы по результатам фундаментального или прикладного	<i>Знать:</i> правила работы с документами <i>Владеть:</i> навыками работы с данными государственной статистики

	социологического исследования	
	ПК 1.3 Представляет результаты фундаментального или прикладного исследования различным аудиториям	<i>Знать:</i> методологию анализа целевых аудиторий <i>Уметь:</i> сегментировать целевые аудитории <i>Владеть:</i> навыками организации презентаций результатов исследования
ПК 3 Способен к разработке и теоретическому обоснованию методической стратегии прикладного социологического исследования с учетом специфики современных баз данных и социальных сетей	ПК 3.1 Проводит диагностику общественно-политической ситуации в рамках прикладного социологического исследования	<i>Знать:</i> теорию медиастратегического планирования <i>Уметь:</i> проводить опросы <i>Владеть:</i> навыками системного анализа
	ПК 3.3 Разрабатывает процедуры сетевого, статистического, политического анализа информации в рамках прикладного социологического исследования	<i>Знать:</i> теорию системного анализа <i>Уметь:</i> работать с базами данных <i>Владеть:</i> инструментами анализа статистических данных
ПК 4 Способен к организации работы по сбору, обработке и анализу данных фундаментальных и прикладных социологических исследований	ПК 4.1 Проводит социальную диагностику и подготовку к сбору социологических данных.	<i>Знать:</i> методику сбора и обработки данных исследования <i>Уметь:</i> организовывать полевые исследования <i>Владеть:</i> инструментарием социального анализа
	ПК 4.2 Собирает данные из первичных и вторичных источников с применением современной аппаратуры, оборудования	<i>Знать:</i> методику сбора и обработки данных исследования <i>Уметь:</i> организовывать полевые исследования <i>Владеть:</i> инструментарием социального анализа
	ПК 4.3 Обрабатывает, анализирует и представляет собранные данные с применением информационных технологий	<i>Знать:</i> методику сбора и обработки данных исследования <i>Уметь:</i> организовывать полевые исследования <i>Владеть:</i> инструментарием социального анализа

1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Цифровая среда как пространство политических коммуникаций» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений блока дисциплин учебного плана.

Для освоения дисциплины необходимы знания, умения и владения, сформированные в ходе изучения следующих дисциплин: «Политическая социология», «Современные

информационные технологии в социальных науках», «Социология общественного мнения», «Социология коммуникаций».

В результате освоения дисциплины формируются знания, умения и владения, необходимые для изучения следующих дисциплин: «Социальные технологии в политической рекламе», «Социальная диагностика в политике».

2. Структура дисциплины

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
7	Лекции	24
7	Семинары/лабораторные работы	30
Всего:		54

Объем дисциплины (модуля) в форме самостоятельной работы обучающихся составляет 54 академических часа(ов).

Структура дисциплины для очно-заочной 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
7	Лекции	14
7	Семинары/лабораторные работы	18
Всего:		32

Объем дисциплины (модуля) в форме самостоятельной работы обучающихся составляет 76 академических часа(ов).

3. Содержание дисциплины

	Наименование раздела дисциплины	Содержание
1	История возникновения Интернета и его применения в PR	Появление ЭВМ в середине XX века. Кибернетика и Норберт Винер. Создание первых персональных компьютеров. Первые компьютерные сети. Создание World Wide Web, CERN и Тим Бернерс-Ли. Лавинообразное расширение Интернета в 90-е годы XX века. Первые опыты использования WWW в передаче общественной информации. Появление Интернета в России. Первые опыты пиара в РФ с помощью Сети - сайты «Коготь», «Московская альтернатива» в 1999 году. Интернет-проекты в

		2010-2019
2	Особенности применения Интернета в современной России – практика, законодательство	Обзор Рунета (российский сегмент Интернета). Законодательство, регулирующее Интернет. Борьба с интеллектуальным пиратством. Судебные прецеденты, связанные с пиаром в Рунете. «Черный пиар». Сайты органов госвласти. Корпоративные сайты. Наиболее известные компании, занимающиеся PR в Интернете.
3	Ценностный анализ публичной сферы в интернете («медийное» поведение и общественно-политические настроения). Прогрессивная публика	Правила работы специалистов PR в Интернете. Ведущие этические принципы. Основные технологии электронных паблик-рилейшнз. Доменная практика. Реклама в Интернете. Обмен информацией.. Использование поисковых систем. Википедия и связанные с ней проекты. «Мозговые центры» (think tanks) в WWWема
4	Репрезентация политических позиций в сети. Новые медиа и цифровая политическая идентичность	Принципы построения системы пиар-технологий политической рекламы в Интернете. Этические ограничения. Зарубежный опыт. Распространение информации. Создание политического имиджа. Заполнение контента на форумах. Привлечение сторонников и удержание политических активистов. Прямой диалог политика в Интернете. Создание личной странички политического лидера. Партийный сайт
5	Использование интернета в избирательных кампаниях	Интернет как сфера массовой коммуникации. Создание сайта, посвященного избирательной кампании. Наиболее удачные образцы из зарубежного и отечественного опыта. Наполнение контента. Принципы функционирования. Информирование через Интернет о новостях кампании. Работа пресс-службы через WWW. Противодействие «черному пиару». Интернет-форумы в избирательной кампании. Пресс-конференции через Интернет.
6	Блоги и корпоративные медиа	Понятие блога. Ведение корпоративного блога – создание, подбор площадки, наполнение контента. Работа с ЖЖ-сообществами. Ведение личного блога политического, общественного деятеля. Блоги пиарщиков, консультантов. Коммерческое использование блогов. Понятие социальных сетей. Использование социальных сетей для продвижения необходимого контента. Сообщества в социальных сетях. Обзор и особенности российского сегмента

		социальных сетей Повышение внимания к сайту. Технологии привлечения посетителей. «Накрутка» посещаемости. Интернет-счетчики. «Зеркальные сайты». Обмен баннерами. Работа с поисковыми системами. Удержание сайта в топе. Попадание в топ-новости. Специализированные фирмы по увеличению посещаемости и оптимизации работы сайтов.
7	Интернет СМИ и взаимодействие с ними	Что такое «Интернет-СМИ»? Их виды, особенности функционирования. Сайты традиционных масс-медиа – газет, журналов, телекомпаний и радиостанций. Информационные агентства в Интернете. Взаимодействие с журналистами Интернет-изданий.

4. Образовательные технологии

Для проведения занятий лекционного типа по дисциплине «Цифровая среда как пространство политических технологий» применяются такие образовательные технологии как интерактивные лекции, проблемное обучение. Для проведения занятий семинарского типа используются групповые дискуссии, ролевые игры, анализ ситуаций и имитационных моделей.

В период временного приостановления посещения обучающимися помещений и территории РГГУ 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 оценивания¹

Форма контроля	Макс. количество баллов	
	За одну работу	Всего
Текущий контроль:		
- опрос	5 баллов	30 баллов
- участие в дискуссии на семинаре	5 баллов	10 баллов
- контрольная работа (темы 1-3)	10 баллов	10 баллов
- контрольная работа (темы 4-5)	10 баллов	10 баллов
Промежуточная аттестация – зачет		40 баллов

Итого за семестр	100 баллов
-------------------------	-------------------

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

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>

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
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

Вопросы для самостоятельной работы:

Что такое политическая коммуникация?

Возможности политических коммуникаций в пространстве интернет.

Формы и методы политических коммуникаций в пространстве интернет.

Характеристика состояния Интернет-пространства в России.

Динамика увеличения количества активных пользователей социальных медиа и читателей электронных СМИ.

Феномен повышения общественной значимости высказываний в «новых» медиа.

Вирусные технологии политического маркетинга.

Мировой опыт регулирования национальных сегментов Интернет-пространства.

Актуальные риски политического Интернета в России.

Формы и методы регулирования национального Интернет-сегмента в России.

Минимизация возможности влияния иностранных акторов на повестку Рунета.

Противодействие конфликтной мобилизации в социальных сетях
Консолидация проправительственного электората в интернет-пространстве и социальных сетях.

Формы и методы обеспечения контроля над актуальными информационными потоками в социальных сетях.

Список вопросов к зачёту:

1. Кем и как был создан Интернет?
2. Интернет как социокультурный феномен современности?
3. Что такое политическая коммуникация?
4. Первые шаги Интернета появился в России?
5. Воздействие всемирной сети на повседневную жизнь общества?
6. Какие правовые акты регулируют Интернет в РФ?
7. Какие судебные иски, связанные с использованием Интернета в PR целях вам известны?
8. Назовите примеры наиболее удачных сайтов органов госвласти?
9. Каковы функции компаний, предоставляющих услуги по пиару в Интернете?

10. Приведите пример «черного пиара» в Сети в российском сегменте?
11. Проведение успешных избирательных кампаний. Основные составляющие успеха.
12. Поле деятельности PR специалиста и его необходимость в общественно-политических процессах
13. Мировое и российское PR сообщество в общественно-политических процессах.
14. Распространение информации в современном мире.
15. История политической рекламы и ее трансформация.
16. Технологии защиты имиджа в современном мире.
17. Массовые настроения в политике.
18. Партии и общественные движения. История, институционализация и пути развития.
19. Проведение успешных избирательных кампаний. Основные составляющие успеха.
20. Поле деятельности PR специалиста и его необходимость в общественно-политических процессах
21. Мировое и российское PR сообщество в общественно-политических процессах.
22. Распространение информации в современном мире.
23. История политической рекламы и ее трансформация.
24. Технологии защиты имиджа в современном мире.
25. Массовые настроения в политике.
26. Партии и общественные движения. История, институционализация и пути развития.
27. Проведение успешных избирательных кампаний. Основные составляющие успеха.
28. Поле деятельности PR специалиста и его необходимость в общественно-политических процессах
29. Мировое и российское PR сообщество в общественно-политических процессах.
30. Распространение информации в современном мире.
31. История политической рекламы и ее трансформация.
32. Технологии защиты имиджа в современном мире.
33. Массовые настроения в политике.
34. Партии и общественные движения. История, институционализация и пути развития.
35. Проведение успешных избирательных кампаний. Основные составляющие успеха.
36. Возможности политкоммуникаций в сети интернет
37. Поле деятельности PR специалиста и его необходимость в общественно-политических процессах
38. Мировое и российское PR сообщество в общественно-политических процессах.
39. Распространение информации в современном мире.
40. История политической рекламы и ее трансформация.

41. Технологии защиты имиджа в современном мире.
42. Массовые настроения в политике.
43. Партии и общественные движения. История, институционализация и пути развития.
44. Проведение успешных избирательных кампаний. Основные составляющие успеха.
45. Поле деятельности PR специалиста и его необходимость в общественно-политических процессах
46. Мировое и российское PR сообщество в общественно-политических процессах.
47. Распространение информации в современном мире.
48. История политической рекламы и ее трансформация.
49. Технологии защиты имиджа в современном мире.
50. Массовые настроения в политике.
51. Партии и общественные движения. История, институционализация и пути развития.
52. Проведение успешных избирательных кампаний. Основные составляющие успеха

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1. Список источников и литературы

Источники

Основные

1. Конституция Российской Федерации. — М., 1993. Любое издание.
2. Федеральный закон от 09.02.2009 № 8-ФЗ «Об обеспечении доступа к информации о деятельности государственных органов и органов местного самоуправления» // СЗ РФ. 2009. № 7. Ст. 776.
3. Федеральный закон от 11 июля 2001 г. № 95-ФЗ «О политических партиях» // СЗ РФ. 2001. № 29. Ст. 2950; 2010. № 23. Ст. 2798.
4. Федеральный закон «О принципах и порядке разграничения предметов ведения и полномочий между органами государственной власти РФ и органов государственной власти субъектов РФ» от 6 октября 1999 г. № 184-ФЗ // Российская газета. 1999. 16 октября.
5. Закон Российской Федерации от 27 декабря 1991 года № 2124-1 «О средствах массовой информации» (с учетом изменений, внесенных 25.12.2008 и 09.02.2009).
6. Федеральный закон от 27 июля 2006 года № 149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации».

Литература

Основная

Черных А. И. Социология массовых коммуникаций. М., Издательство ВШЭ, 2008

<https://www.hse.ru/data/2010/11/03/1223349159/1.2.pdf>

Современная российская политика /Уч. пособие. Под ред. В.И. Коваленко. М.: Из. Моск. Ун-та, 2013. <https://znanium.com/>

Володенков С.В. Интернет-коммуникации в глобальном пространстве современного политического управления. М.: Издательство Московского университета *Москва*, 2015. ISBN 978-5-19-010946-7, 272 с.

Бакулев Г.П. Массовая коммуникация: западные теории и концепции. М., 2005.

<https://freedocs.xyz/pdf-444284239>

Грачёв М.Н. Политическая коммуникация: теоретические концепции, модели, векторы развития. http://uchebnik-online.com/soderzhanie/textbook_253.html

Дополнительная

Научные издания: «Вестник Московского университета», «ПОЛИС», «Полития», «Политическая наука», «Федерализм», «Общественные науки и современность».

Белонучкин Г., Михайловская Е. Политический сегмент российского Интернета, его развитие и перспективы // Интернет и российское общество. М., 2002.

Маркузе Г. Одномерный человек. М., АСТ, 2009;

Матвейчев О.А. Уши машут ослом. Сумма политтехнологий. М.: Эксмо, 2008;

Сиберт Ф.С., Шрамм У., Питерсон Т. Четыре теории прессы, М.: Вагриус, 1998;

Шибутани Т. Социальная психология. М., 1969.

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

Национальная электронная библиотека (НЭБ) www.rusneb.ru

ELibrary.ru Научная электронная библиотека www.elibrary.ru

Электронная библиотека Grebennikon.ru www.grebennikon.ru

Cambridge University Press

ProQuest Dissertation & Theses Global

SAGE Journals

Taylor and Francis

JSTOR

6.3. Профессиональные базы данных и информационно-справочные системы

1. ВЦИОМ // Режим доступа: <http://www.wciom.ru/>
2. Европейское социальное исследование // Режим доступа : <http://www.ess-ru.ru/>
3. Европейское социальное исследование // Режим доступа: <http://www.ess-ru.ru/>
4. Институт социологии РАН // Режим доступа: <http://www.isras.ru/>
5. Левада-центр // Режим доступа: <http://www.levada.ru/>
6. Научная библиотека РГГУ // Режим доступа: <http://liber.rsuh.ru/>
7. Российский мониторинг экономического положения и состояния здоровья // Режим доступа: <http://www.hse.ru/rlms/>
8. Социологос // Режим доступа: <http://www.sociologos.ru/>
9. Федеральная служба государственной статистики // Режим доступа: <http://www.gks.ru/>
10. Федеральный образовательный портал «Экономика. Социология. Менеджмент» // Режим доступа: <http://ecsocman.hse.ru/>
11. ФОМ // Режим доступа: <http://fom.ru/>
12. ЦИРКОН // Режим доступа: <http://www.zircon.ru/>
13. European Values Study // Mode of access: <http://www.europeanvaluesstudy.eu/>
14. JStor // Режим доступа: <http://www.jstor.org>

15. SAGE Journals // Режим доступа: <http://online.sagepub.com/>

16. The International Social Survey Programme (ISSP) // Mode of access: <http://www.gesis.org/en/issp/>

17. World Values Survey // Mode of access: <http://www.worldvaluessurvey.org/wvs.jsp>

18. Znanium: электронная библиотечная система // Режим доступа: <http://znanium.com>

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 «Вторичный анализ данных» используется материально-техническая база образовательного учреждения: учебные аудитории, оснащённые доской, компьютером и проектором для демонстрации учебных материалов.

Состав программного обеспечения:

1. Windows
2. Microsoft Office

8. Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья

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 занятий

Семинар 1. Основные особенности Интернет-технологий в зарубежной практике политической коммуникации и связей с общественностью

Вопросы для обсуждения:

1. Правила работы специалистов PR в Интернете.
2. Реклама в Интернете. Обмен информацией.
3. Использование поисковых систем. Википедия и связанные с ней проекты.

«Мозговые центры» (think tanks) в WWW

4. Этические принципы
5. Социокоммуникация как научная дисциплина

Список литературы:

Черных А. И. Социология массовых коммуникаций. М., Издательство ВШЭ, 2008

<https://www.hse.ru/data/2010/11/03/1223349159/1.2.pdf>

Современная российская политика /Уч. пособие. Под ред. В.И. Коваленко. М.: Из. Моск. Ун-та, 2013. <https://znanium.com/>

Володенков С.В. Интернет-коммуникации в глобальном пространстве современного политического управления. М.: Издательство Московского университета Москва, 2015. ISBN 978-5-19-010946-7, 272 с.

Бакулев Г.П. Массовая коммуникация: западные теории и концепции. М., 2005.

<https://freedocs.xyz/pdf-444284239>

Грачёв М.Н. Политическая коммуникация: теоретические концепции, модели, векторы развития. http://uchebnik-online.com/soderzhanie/textbook_253.html

Семинар 2. Особенности применения Интернета в современной России – практика, законодательство.

Вопросы для обсуждения:

1. Обзор Рунета (российский сегмент Интернета).
2. Законодательство, регулирующее Интернет
3. Борьба с интеллектуальным пиратством
4. Судебные прецеденты, связанные с пиаром в Рунете. «Черный пиар».

Список литературы:

Черных А. И. Социология массовых коммуникаций. М., Издательство ВШЭ, 2008

<https://www.hse.ru/data/2010/11/03/1223349159/1.2.pdf>

Современная российская политика /Уч. пособие. Под ред. В.И. Коваленко. М.: Из. Моск. Ун-та, 2013. <https://znanium.com/>

Володенков С.В. Интернет-коммуникации в глобальном пространстве современного политического управления. М.: Издательство Московского университета Москва, 2015. ISBN 978-5-19-010946-7, 272 с.

Бакулев Г.П. Массовая коммуникация: западные теории и концепции. М., 2005.
<https://freedocs.xyz/pdf-444284239>

Семинар 3. Интернет в политической рекламе.

Вопросы для обсуждения

1. Принципы построения системы пиар-технологий политической рекламы в Интернете.

2. Этические ограничения. Зарубежный опыт.

3. Распространение информации.

4. Создание политического имиджа.

5. Заполнение контента на форумах. Привлечение сторонников и удержание политических активистов.

6. Прямой диалог политика в Интернете. Создание личной странички политического лидера. Партийный сайт.

Литература:

Черных А. И. Социология массовых коммуникаций. М., Издательство ВШЭ, 2008
<https://www.hse.ru/data/2010/11/03/1223349159/1.2.pdf>

Современная российская политика /Уч. пособие. Под ред. В.И. Коваленко. М.: Изд. Моск. Ун-та, 2013. <https://znanium.com/>

Володенков С.В. Интернет-коммуникации в глобальном пространстве современного политического управления. М.: Издательство Московского университета Москва, 2015. ISBN 978-5-19-010946-7, 272 с.

Бакулев Г.П. Массовая коммуникация: западные теории и концепции. М., 2005.
<https://freedocs.xyz/pdf-444284239>

Семинар 4. Интернет в политических кампаниях.

Вопросы для обсуждения.

1. Типология избирательных кампаний

2. Ограничения применения интернет-технологий в избирательных кампаниях

3. Особенности электронного голосования

4. Чат боты и СММ в социальных сетях во время выборов

Литература:

Черных А. И. Социология массовых коммуникаций. М., Издательство ВШЭ, 2008
<https://www.hse.ru/data/2010/11/03/1223349159/1.2.pdf>

Современная российская политика /Уч. пособие. Под ред. В.И. Коваленко. М.: Изд. Моск. Ун-та, 2013. <https://znanium.com/>

Володенков С.В. Интернет-коммуникации в глобальном пространстве современного политического управления. М.: Издательство Московского университета *Москва*, 2015. ISBN 978-5-19-010946-7, 272 с.

Бакулев Г.П. Массовая коммуникация: западные теории и концепции. М., 2005. <https://freedocs.xyz/pdf-444284239>

Грачёв М.Н. Политическая коммуникация: теоретические концепции, модели, векторы развития. http://uchebnik-online.com/soderzhanie/textbook_253.html

Семинар 5. Использование Интернета в «третьем секторе» (НКО, НГО), общественных, религиозных организациях.

Вопросы для обсуждения:

1. Принципы работы сайта НКО. Их предназначение, информирование о работе организации.
2. Условия размещения информации о своей работе. Наиболее удачные примеры из зарубежного опыта.
3. Создание сайтов неформальными общественными группами.
4. Выдвижение общественных инициатив в Интернете.
5. Религиозная пропаганда в Интернете. Противодействие тоталитарным сектам и религиозному экстремизму
6. Актуальные концепции социальной коммуникации США и Западной Европы.

Литература.

Черных А. И. Социология массовых коммуникаций. М., Издательство ВШЭ, 2008 <https://www.hse.ru/data/2010/11/03/1223349159/1.2.pdf>

Современная российская политика /Уч. пособие. Под ред. В.И. Коваленко. М.: Изд. Моск. Ун-та, 2013. <https://znanium.com/>

Семинар 6. Фандрайзинг в Интернете, использование Интернет-технологий волонтерами, благотворительность

Вопросы для обсуждения:

1. Сбор средств через использование Всемирной сети. Американский и отечественный опыт.
2. Электронные платежные системы. Защита от хакеров и злоумышленников
3. Привлечение волонтеров через Интернет. Распространение информации о нуждающихся и о вакансиях для волонтеров.
4. Специализированные сайты благотворительности в Рунете.

Литература:

Черных А. И. Социология массовых коммуникаций. М., Издательство ВШЭ, 2008

<https://www.hse.ru/data/2010/11/03/1223349159/1.2.pdf>

Современная российская политика /Уч. пособие. Под ред. В.И. Коваленко. М.: Изд. Моск. Ун-та, 2013. <https://znanium.com/>

Володенков С.В. Интернет-коммуникации в глобальном пространстве современного политического управления. М.: Издательство Московского университета *Москва*, 2015. ISBN 978-5-19-010946-7, 272 с.

Бакулев Г.П. Массовая коммуникация: западные теории и концепции. М., 2005.

<https://freedocs.xyz/pdf-444284239>

Семинар 7. Технологии повышения эффективности работы сайтов и привлечения внимания

Вопросы для обсуждения:

1. Повышение внимания к сайту.
2. Технологии привлечения посетителей. «Накрутка» посещаемости. Интернет-счетчики. «Зеркальные сайты». Обмен баннерами. Работа с поисковыми системами.
3. Удержание сайта в топе. Попадание в топ-новости. Специализированные фирмы по увеличению посещаемости и оптимизации работы сайтов.

Литература.

Черных А. И. Социология массовых коммуникаций. М., Издательство ВШЭ, 2008

<https://www.hse.ru/data/2010/11/03/1223349159/1.2.pdf>

Современная российская политика /Уч. пособие. Под ред. В.И. Коваленко. М.: Изд. Моск. Ун-та, 2013. <https://znanium.com/>

Володенков С.В. Интернет-коммуникации в глобальном пространстве современного политического управления. М.: Издательство Московского университета *Москва*, 2015. ISBN 978-5-19-010946-7, 272 с.

Бакулев Г.П. Массовая коммуникация: западные теории и концепции. М., 2005.

<https://freedocs.xyz/pdf-444284239>

Грачёв М.Н. Политическая коммуникация: теоретические концепции, модели, векторы развития. http://uchebnik-online.com/soderzhanie/textbook_253.html

Семинар 8. Интернет-СМИ и взаимодействие с ними

Вопросы для обсуждения:

1. Что такое «Интернет-СМИ»? Их виды, особенности функционирования.
2. Сайты традиционных масс-медиа – газет, журналов, телекомпаний и радиостанций.
3. Информационные агентства в Интернете.

4. Взаимодействие с журналистами Интернет-изданий

Литература:

Черных А. И. Социология массовых коммуникаций. М., Издательство ВШЭ, 2008

<https://www.hse.ru/data/2010/11/03/1223349159/1.2.pdf>

Современная российская политика /Уч. пособие. Под ред. В.И. Коваленко. М.: Изд. Моск. Ун-та, 2013. <https://znanium.com/>

Володенков С.В. Интернет-коммуникации в глобальном пространстве современного политического управления. М.: Издательство Московского университета *Москва*, 2015. ISBN 978-5-19-010946-7, 272 с.

Бакулев Г.П. Массовая коммуникация: западные теории и концепции. М., 2005.

<https://freedocs.xyz/pdf-444284239>

9.2. Методические рекомендации по подготовке письменных работ

Требования к оформлению домашних заданий:

Объем работы должен составлять 4 – 6 тыс. знаков с пробелами. Специальные требования к оформлению не предъявляются: материалы могут быть представлены в свободной форме, позволяющей наиболее полно раскрыть тему задания. Работа должна быть оригинальной и содержать собственные размышления студента.

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина реализуется на Социологическом факультете, на кафедре Политической социологии и социальных технологий.

Цель дисциплины (*модуля*): ознакомление студентов с социологией массовых коммуникаций как научной дисциплиной, ее основными понятиями и методологическими принципами, классическими и современными концепциями коммуникации и сетевого политического поведения, методами и важнейшими результатами эмпирических исследований.

Задачи: Выявить последствия проникновения Интернета в политическую коммуникацию;

- рассмотреть основные этапы привлечения Интернета;
- изучить современные подходы к системной организации коммуникации; рассмотреть возможности решения задач естественных и естественно-искусственных коммуникативных систем в связи с социальными запросами современного общества; рассмотреть формы политического участия российских граждан посредством Интернет-технологий;
- проанализировать латентные функции политической Интернет-коммуникации.
- выявить особенности таких коммуникативных областей, как общественные связи и отношения.

Дисциплина (*модуль*) направлена на формирование следующих компетенций:

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

ПК-3 (Способен к разработке и теоретическому обоснованию методической стратегии прикладного социологического исследования с учетом специфики современных баз данных и социальных сетей);

ПК -4 (Способен к организации работы по сбору, обработке и анализу данных фундаментальных и прикладных социологических исследований)

В результате освоения дисциплины (*модуля*) обучающийся должен:

Знать: содержание изложенных в курсе социологических и методологических концепций

Уметь применять методы и технологии работы с различными целевыми аудиториями

Владеть инструментарием социального анализа.

По дисциплине (*модулю*) предусмотрена промежуточная аттестация в форме *зачета* .

Общая трудоемкость освоения дисциплины (*модуля*) составляет 108 зачетных единиц.