

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **«Соціальні комунікації в глобальному суспільстві»** | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **Шифр та назва спеціальності** | | | | | **054 – соціологія** | | | **Факультет / Інститут** | | | | | | | **Навчально-науковий інститут економіки, менеджменту та міжнародного бізнесу НТУ “ХПI”** | | |
| **Назва освітньо-наукової програми** | | | | | **Соціологія** | | | **Кафедра** | | | | | | | **Міжкультурної комунікації та іноземної мови** | | |
| **ВИКЛАДАЧ** | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|  | | | | **Горошко Олена Ігорівна**, ***olena.goroshko1965@gmail.com*** | | | | | | | | | | | | | |
| **Докторка соціологічних наук, професорка, завідувачка кафедри Міжкультурної комунікації та іноземної мови. Досвід роботи – 32 роки. Автор понад 300 наукових та навчально-методичних праць. Провідний лектор з дисциплін: «Соціологія масових комунікацій», «PR та реклама в парадигмі 2.0», «Соціологія інтернет-комунікацій», «Нові медіа та розвиток теорій інформаційного суспільства», «Англійська мова для академічного спілкування»** | | | | | | | | | | | | | |
| **ЗАГАЛЬНА ІНФОРМАЦІЯ ПРО ДИСЦИПЛІНУ** | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **Анотація** | | | | Дисципліна спрямована на ознайомлення аспірантів з найважливішими теоретичними концепціями та практичними дослідженнями в царині соціальних комунікацій у глобальному середовищі. «Соціальні комунікації в глобальному суспільстві» відноситься до вибіркових дисциплін, які викладаються для підготовки фахівців із соціології, що спеціалізуються в галузевих та спеціальних соціологіях.  «Соціальні комунікації в глобальному суспільстві» є навчальною дисципліною, вивчення якої обумовлено процесами, що відбуваються наразі у сучасному глобальному суспільстві. У цих умовах надзвичайну значимість здобуває проблема своєчасного й адекватного соціологічного аналізу тих змін, які відбуваються під його впливом. | | | | | | | | | | | | | |
| **Мета та цілі** | | | | **Мета:** розкрити сутність сучасних комунікативних процесів у суспільстві, дати аспірантам уявлення про соціальні комунікації, про процеси розповсюдження соціальної інформації, про функції та ролі головних засобів масової комунікації та інформації – преси, радіо, ТВ та їх вплив на суспільство, про методи дослідження соціальних комунікацій та їх впливу на суспільство в умовах глобального соціуму.  **Цілі дисципліни**:   * Простежити еволюцію наукового теоретичного осмислення сутності, функціонування і проблематики соціальної комунікації; * Обґрунтувати становлення соціології комунікації як спеціальної галузі соціології; * Дати уявлення про системність соціальної комунікації (формах, рівнях,видах комунікації, соціологічних домінанта комунікації, соціально-комунікативних інститутах) і простежити трансформацію системних характеристик комунікації, обумовлену розвитком інформаційно-комунікативних технологій; * Показати роль інформаційно-комунікативних процесів у становленні інформаційного суспільства як суспільства нового типу; * Розкрити значення соціальної комунікації для управління суспільством і організаціями різного типу; * Показати значимість комунікативної компетентності особистості для успішності її соціального функціонування; * Виробити практичні навички дослідження соціально-комунікативних процесів в контексті глобалізації інформаційно-комунікативного простору, познайомити з основними методами дослідження комунікативних процесів і сформувати практичні навички в комунікативному управлінні, комунікаційному глобальному менеджменті та управлінні проектів. | | | | | | | | | | | | | |
| **Формат** | | | | Лекції, практичні заняття, консультації. Підсумковий контроль - іспит | | | | | | | | | | | | | |
| **Результати навчання** | | | | РН01. Мати передові концептуальні та методологічні знання з соціології та на межі предметних галузей, а також дослідницькі навички, достатні для проведення наукових і прикладних досліджень на рівні останніх світових досягнень з відповідного напряму.  РН02. Вільно презентувати та обговорювати з фахівцями і нефахівцями результати досліджень, наукові та прикладні проблеми соціології державною та іноземною мовами, кваліфіковано відображати результати досліджень у наукових публікаціях у провідних міжнародних наукових виданнях.  РН05. Знати і розуміти особливості та можливості сучасних інформаційних технологій та їх застосування у наукових дослідженнях.  РН06. Переосмислити наявне та створити нове цілісне знання та/або професійну практику і розв’язувати значущі науково-прикладні проблеми соціології з дотриманням норм академічної етики і врахуванням соціальних, економічних, екологічних та правових аспектів (РН06).  РН07. Глибоко розуміти загальні принципи та методи соціально-поведінкових наук, а також методологію наукових досліджень, застосувати їх у власних дослідженнях у сфері соціології та у викладацькій практиці.  РН08. Застосовувати інноваційні науково-педагогічні технології, формулювати зміст, цілі навчання, способи їх досягнення, форми контролю, нести відповідальність за ефективність освітнього процесу з дотриманням норм академічної етики та доброчесності. | | | | | | | | | | | | | |
| **Обсяг** | | | | Загальний обсяг дисципліни 120 год.: лекції – 20 год., практичні заняття – 20 год., самостійна робота – 80 год. | | | | | | | | | | | | | |
| **Пререквізити** | | | | «Теорія інформаційного суспільства», «Сучасні соціологічні теорії» | | | | | | | | | | | | | |
| **Вимоги викладача** | | | | Аспірант зобов'язаний відвідувати всі заняття згідно розкладу, дотримуватися етики поведінки, працювати з навчальною та додатковою літературою, з літературою на електронних носіях та в Інтернеті. З метою оволодіння необхідним рівнем якості освіти з дисципліни необхідна регулярна самостійна робота з підготовки до планових занять. Без особистої присутності аспіранта підсумковий контроль не проводиться. | | | | | | | | | | | | | |
| **СТРУКТУРА ДИСЦИПЛІНИ** | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **Лекція 1** | | **Тема 1.** **Історичні та сучасні аспекти комунікативної діяльності**  1. Що таке комунікація? Які задачі теорії комунікації?  2. Міждисциплінарні зв'язки теорії комунікації.  3. Походження комунікативної діяльності.  4. Гіпотези про походження людської комунікації.  5. Повсякденні і наукові погляди на комунікацію і мову. | | | | | **Практична робота**  **Тема 1. Методи комунікативних досліджень (Контент-аналіз та метод теорії координованого управління смислами).** | | | Контент-аналіз. Історія застосування контент-аналізу. Головні підходи. Матеріал аналізу. Переваги та недоліки. Області застосування. Приклади застосування. Організація, опис та проведення власного дослідження. Методи теорії координованого управління смислами. Дефініція та підходи. Мета теорії та її основний зміст. Ключові поняття. Матеріал дослідження. Його відмінності від інших методів дослідження. Модель пропонованого аналізу включає вісім кроків, організованих по чотирьох функцій Функція 1. Описова. Функція 2. Інтерпретативна.  Аналіз і зіставлення пережитих і розповідаються коммуникантами «історій». Подання «щільного» опису розмови. Функція 3. Критична. Функція 4. Практична. Області застосування у комунікативних дослідженнях. Його основні переваги та недоліки. | | | | | | **Самостійна робота** | **Тема 1.**  Опрацювання лекційного матеріалу за темою №1, підготовка до практичного заняття та створення презентації на тему Використання контент-аналізу в соціологічних та медіа-дослідженнях. |
| **Лекція 2** | | **Тема 2.** **Соціологічні характеристики комунікації**   1. Стратифікаційна група соціально обумовлених домінант: соціальний статус комунікантів, соціальна диференціація, інтеграція і інтерференція мови. 2. Ситуативна група: комунікативна роль, комунікативна сфера, комунікативна ситуація, комунікативна установка. 3. Оціночна група: смислова інформація, оцінна інформація, ціннісна орієнтація, самооцінка. 4. Функціональна група: контакто-встановлююча (фатічна) функція, функція само-презентації, апелятивна, спонукальна, волі-дійсного, регулююча, ритуальна, перформативна функція, мовленнєвий етикет. | | | | | **Тема 2.** **Методи комунікативних досліджень (риторичний та семіотичний аналіз)** | | | Риторичний аналіз (Опис та схема застосування). Риторичний канон. Процедура аналізу. Області застосування.  Семіотичний аналіз. Його історія. Підходи. Мета. Одиниці аналізу та ключові поняття. Процедура аналізу. Переваги та недоліки. Області застосування. | | | | | | **Тема 2.**  Підготовка плану дослідження власних комунікативних кейсів зі застосуванням методів риторичного та семіотичного аналізу та презентаційних слайдів до цієї тематики. |
| **Лекція 3** | | **Тема 3.** **Соціологія комунікації як наука і спеціальна галузь соціології**   1. Соціально-економічні та наукові причини виникнення та розвитку соціології комунікації. 2. Базові категорії соціології комунікації. 3. Онтологічні, гносеологічні, методологічні та аксіологічні основи теорії соціальної комунікації. 4. Комунікація в осмисленні соціологічних теоретичних напрямків: біхевіоризм, символічний інтеракціонізм, феноменологічний напрямок, структурний функціоналізм, неомарксизм, постмодернізм та інші | | | | | **Тема 3. Методи комунікативних досліджень**  **Концептологічний аналіз.** | | | Підходи та методики концептологічного аналізу. Одиниці аналізу. Побудова номінативного поля концепту. Аналіз семантики мовленнєвих засобів, які об'єктивують концепт. Опис мовленнєвих засобів, що входять в номінативне поле концепту. Побудова моделі концепту. Переваги і недоліки. Області застосування. | | | | | | **Тема 3.**  Опрацювання лекційного матеріалу за темою №3, підготовка до практичного заняття по застосуванню концептологічного аналізу в комуникатівістиці. |
| **Лекція 4** | | **Тема 4.** **Моделювання комунікації і комунікативних процесів в соціології.**   1. Системний підхід в науці. 2. Функції моделювання. 3. Типологія моделей соціальної комунікації. 4. Фіксування в моделі методологічного підходу до визначення соціальної комунікації. 5. Актуалізація соціологічних домінант комунікації в сучасному суспільстві. | | | | | **Тема 4. Методи комунікативних досліджень. Дискурс-аналіз** | | | Теоретичні основи. Матеріал дослідження Інструментарій аналізу. Структура дискурсу. Одиниці аналізу. Категорії дискурс-аналізу. Параметри дискурс-аналізу. Процедура проведення дискурс-аналізу. Переваги і недоліки. Області застосування | | | | | | **Тема 4.**  Опрацювання лекційного матеріалу за темою №4, підготовка до практичного заняття по застосуванню дискурс-аналізу при дослідженнях СМІ. |
| **Лекція 5** | | **Тема 5. Рівні соціальної комунікації**   1. Виділення системних рівнів соціальної комунікації за різними підставами. 2. Побудова рівневої організації комунікації на основі соціальних характеристик комунікантів: внутриособистісна, міжособистісна, групова, масова комунікація. 3. Рівнева система В. П. Конецкої за критерієм функціонування однорідних комунікативних засобів: семіотичний, мовленнєвий, метамовний, паралінгвістичний, синтетичний рівні. 4. Породжувані ними види комунікативних систем | | | | | **Тема 5. Методи медіа досліджень Наративний та конверсаційний аналіз** | | | Наративний аналіз. Його витоки. Одиниці аналізу. Наративні жанри. Функції наративу. Головні підходи: синтагматичний та парадигматичний.  Моделі наративного аналізу: 1. Тематичний аналіз 2. Структурний аналіз 3. Інтеракційний аналіз 4. Перформативний аналіз. Збір матеріалу. Параметри наративного аналізу. Переваги та недоліки. Області застосування.  Конверсаційний аналіз. Процедура його проведення. Підходи. Суть конверсаційного аналізу. Мета. Матеріал для аналізу. Параметри аналізу. Інструментарій конверсаційного аналізу. Переваги і недоліки. Області застосування. | | | | | | **Тема 5.** Опрацювання лекційного матеріалу за темою №5, підготовка до практичного заняття по застосуванню методів конвертаційного Опрацювання лекційного матеріалу за темою №3, підготовка до практичного заняття по застосуванню аналізу у соціальних медіа |
| **Лекція 6** | | **Тема 6. Соціальні проблеми формування глобального інформаційно-комунікативного простору.**   1. Масова комунікація в контексті глобалізації. 2. Дигіталізація комунікації і її соціальні наслідки 3. Інформаційна нерівність. 4. Нові медіа. 5. Соціальні проблеми цифровізації телебачення. 6. Мобільний зв'язок. 7. Соціологія інтернет-комунікацій. Соціологія 2.0. 8. Людина «Одного клику» і віртуальні спільноти в ракурсі соціологічного аналізу. | | | | | **Тема 6. Методи комунікативних досліджень. Онлайнові методи** | | | Методологія інтернет-досліджень. Теоретична основа. Типологія методів інтернет-досліджень 1) технічні (вимір відвідуваності, підрахунки числа переходів, час на сторінках, кукіси та ін.); 2) медійні (вимірюють відвідуваність і аудиторію сайтів, соціальних мереж та ін.); 3) панельні (дослідження з використанням онлайн-панелей).  Онлайнові дослідження та методологія соціальних наук: нові горизонти, нові (і не настільки нові) труднощі. Переваги і недоліки онлайнових і оффлайнових осліджень. | | | | | | **Тема 6.** Опрацювання лекційного матеріалу за темою №6, підготовка до практичного заняття по застосуванню методів Соціології 2.0 |
| **Лекція 7** | | **Тема 7. Адаптація соціально-комунікативних інститутів до сучасних соціальних умов**   1. Громадські виклики соціально-комунікативним інститутам. 2. Соціально-комунікативний інститут освіти. 3. Соціально-комунікативний інститут культури. 4. Засоби масової інформації і засоби масової комунікації. 5. Видавнича справа. Бібліотеки. Музеї. З 6. в'язки з громадськістю (ПР) і реклама. 7. Мода. 8. Віртуалізація соціального взаємодії. 9. Візуалізація інформації та її вплив на трансформацію соціальних практик. | | | | | **Тема 7. Методи комунікативних досліджень Особливості проведення онлайнових досліджень** | | | Кількісні та якісні он-лайнові дослідження.  Розсилка анкет електронною поштою; розміщення текстових анкет у групах новин; інтернет-форуми, телеконференції; веб-сторінка (анкета у форматі HTML); стандартне веб-опитування; опитування, яке самозавантажується; онлайн фокус-групи; опитування за допомогою соціальних медіа.  Веб-опитування на основі типу вибірки (випадкова/невипадкова).  П’ять основних типів веб-опитувань: дослідження, де вибірка прирівнюється до реальних учасників опитувань; дослідження, де генеральну сукупність формують відвідувачі конкретного інтернет-сайту або певного інтернет-співтовариства; задані соціальні групи; дослідження, результати яких можуть репрезентувати користувачів усієї Глобальної павутини; дослідження, де вибірка складається з користувачів і тих, хто не має доступу в мережу.  Парсінг веб-сторінок. | | | | | |  | **Тема 7.** Опрацювання лекційного матеріалу за темою №7, підготовка до власного комунікативного проекту досліджень. |
| **Лекція 8** | | **Тема 8. Сучасні проблеми професійно-орієнтованих сфер комунікації**   1. Маркетингові комунікації. 2. Політична комунікація. 3. Наукова комунікація. 4. Комунікація в соціально-культурній сфері. 5. Комунікація в релігійній сфері. 6. Національна специфіка типів комунікації. Академічний дискурс | | | | | **Тема 8. Методи комунікативних досліджень. Якісні та кількісні онлайнові дослідження.**  . | | | Фокус-групи.  Форумна онлайнова дискусія: проблеми її організації і проведення.  Аналіз соціальних мереж.  Аналіз онлайнового дискурсу.  Internet Data Analysis.  Застосування відео-технологій у якісних дослідженнях. Аналіз відео- та аудіо інформації із соціальних мереж та хостингів | | | | | |  | **Тема 8.** Опрацювання лекційного матеріалу за темою №8, підготовка до власного комунікативного проекту досліджень |
| **Лекція 9** | | **Тема 9. Організаційна комунікація**   1. Етапи розвитку теорії та практики організаційної комунікації. 2. Основні підходи до вивчення організаційної комунікації. 3. Форми організаційної комунікації: зовнішня і внутрішня. 4. Формальна організаційна комунікація: вертикальний і горизонтальний аспекти. 5. Неформальна організаційна комунікація. 6. Бар'єри в організаційній комунікації і проблема її ефективності. | | | | | **Тема 9. Методи комунікативних досліджень** | | | Теоретичні й емпіричні дослідження інтернет-аудиторії. Аналіз системоцентричного і користувачевоцентричного підходів. Паціпатарний підхід. | | | | | |  | **Тема 9.** Опрацювання лекційного матеріалу за темою №7, підготовка до власного комунікативного проекту досліджень |
| **Лекція 10** | | **Тема 10. Комунікативна взаємодія культур в контексті глобалізації**   1. Актуальність наукового дослідження міжкультурної комунікації в глобалізованому світі. 2. Типологія міжкультурної комунікації. 3. Форми міжкультурної комунікації. 4. Теоретичні підходи до дослідження міжкультурної комунікації. 5. Особливості комунікативних моделей в високо- і низко-контекстних культурах (Е. Холл). 6. Вплив культурних відмінностей, зумовлених диференціацією систем цінностей, на комунікацію (Г. Хофстеде). 7. Індивідуалізм - колективізм. 8. Велика-мала дистанція та перерозподіл ресурсу влади. 9. Сильне- слабке уникнення невизначеності. 10. Маськулінність - фемінність. 11. Короткострокова-довгострокова тимчасова орієнтація. 12. Потенційні бар'єри міжкультурної комунікації. | | | | | **Тема 10. Методологія дослідження міжкультурної комунікації.** | | | Проходження тесту зі застосування комунікативних методів у власних дисертаційних дослідженнях. | | | | | |  | **Тема 10. Проведення досліджень з використанням ІКТ**. Проходження тесту. Презентація власних проектів з комунікативних досліджень |
| **Основна** | **ЛІТЕРАТУРА ТА НАВЧАЛЬНІ МАТЕРІАЛИ**   1. Адамьянц Т.З.Концепции понимания в коммуникации: в поисках платформы для взаимопонимания // Общественные науки и современность. 2014. №4. С. 121-131. Режим доступу: https://www.isras.ru/publ.html?id=3201&type=publ. 2. Бурдье П. О телевидении и журналистике. М., 2002.Режим доступа: https://litresp.ru/chitat/ru/%D0%91/burdje-pjer/o-televidenii-izhurnalistike. 3. Гавра Д.П. Основы теории коммуникации. Спб., 2011.Режим доступа:https://freedocs.xyz/pdf-488530612. 4. Гофман А.Б. Мода и люди. Новая теория моды и модного поведения. М., 2010.Режим доступа: https://www.isras.ru/files/File/publ/Scan\_2018/Gofman\_Moda\_i\_lyudi\_1994.pdf. 5. Дейк Т. ван Дискурс и власть: Репрезентация доминирования в языке и коммуникации. М., 2013. Режим доступу: https://klex.ru/o5o. 6. Горошко О. І. Феномен Уанету: соціологічний аналіз / О. І. Горошко // Зб. наук. праць «Соціологія управління». – Донецьк: ДонДУУ, 2009. – Т. Х, вип. 116. – С. 111-127. – (Серія «Спеціальні та галузеві соціології»). 7. Горошко О. І. Соціологія Уанету: методи вивчення віртуальної аудиторії / О. І. Горошко // Матеріали другої наук. конф. «Сучасні суспільні проблеми у вимірі соціології управління». – Донецьк: ДонДУУ, 2006. – С. 152-164. 8. Горошко Е. И. Интернет и становление информационного общества в Украине / Е. И. Горошко // Соціальні виміри суспільства. – 2009. – Вип. 12. – С. 407-416. 9. Горошко Е. И. Блогосфера Уанета в контексте развития информационного общества в Украине / Е. И. Горошко // Вісник Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна. – 2007. – № 761. – С. 53-62. – (Серія «Соціологія»). 10. Іванов О. В. Основні теорії масової комунікації і журналістики: Навчальний посібник / За науковою редакцією В. В. Різуна — К.: Центр Вільної Преси, 2010. — 258 с. Режим доступу: <https://www.aup.com.ua/uploads/TMbook.pdf> 11. Квіт С. М. Масові комунікації: підручник для студентів вищих навчальних закладів (2008). Режим доступу: <http://ekmair.ukma.edu.ua/handle/123456789/1090> 12. Конецкая В.П. Социология коммуникации. М.: МУБиУ, 1997. http://polbu.ru/konetskaya\_commsociology. 3. Соколов А.В. Общая теория социальной коммуникации. СПб.: Изд-во Михайлова В. А., 2002. Режим доступу http://socioline.ru/pages/av-sokolov-obschaya-teoriya-sotsialnoj-kommunikatsii. 4 13. Костенко Н. В. Масова комунікація / Костенко Наталія Вікторівна // Соціологія: Навчальний посібник / С. О. Макеєв (ред.). — К.: «Українська енциклопедія» ім. М. П. Бажана, 1999. — Розд. 6, § 2 — С. 162-164. 14. Крейдлин Г. Е. Невербальная семиотика. М., 2002. Режим доступу: [https://www.academia.edu/37242491/%D0%9A%D1%80%D0%B5%D0%B9%D0%B4%D0%BB%D0%B8%D0%BD\_%D](https://www.academia.edu/37242491/%D0%9A%D1%80%D0%B5%D0%B9%D0%B4%D0%BB%D0%B8%D0%BD_%25D) 15. Мак-Квейл, Д. Теорія масової комунікації // Деніс Мак-Квейл [перекл. з англ. О. Возьна, Г. Сташків]. —Львів: Літопис, 2010 16. Почепцов Г. Г. Теория коммуникации. М., 2001. Режим доступа: <http://socium.ge/downloads/komunikaciisteoria/pochepcov%20teoria%20komunikacii.pdf>. 17. Bowater L., Yeoman, K. (2012). Science Communication: A Practical Guide for Scientists, Wiley-Blackwell , 384 p. 18. Holliman, R. (2013). Cross Cultural Communication : A Guide for International Students. Publisher [Createspace Independent Publishing Platform](https://www.bookdepository.com/publishers/Createspace-Independent-Publishing-Platform), 120p. | | | | | | | | | | | | **Додаткова** | 1. Лебедев П. А. Метод онлайнових фокус-групп как исследовательский инструмент // Социология: 4М. - 2010. - №31. - С.93-114. 2. Леонтович О. А. Методы коммуникативных исследований. М. Гнозис, 2011. – 224с. 3. Мавлетова В. А. Социологические опросы в сети Интернет: Возможности постороения типологии // Социология: 4М. - 2010. - №31. - С.115-133. 4. Некрасов С. И. Сравнение результатов онлайн- и оффлайн-опросов(на примере анкет разной сложности) **//** Социология: 4М. – 2011. - №32. – с.53-74. 5. Стребков Д. О. Позновательные возможности онлайн-опросов в российской исследовательской проактике (на примере опроса интернет-фрилансеров) // Социология 4М. – 2010. - №31. – С.135-161. 6. Овсянников В.Г. Методология и методика в прикладном социологическом исследовании. - Л., 1989. 7. Building Society, Constructing Knowledge, Weaving the Web: Otlet's Visualizations of a Global Information Society and His Concept of a Universal Civilization, Palgraves, 2019. | | | |
| **Контрольні питання до іспиту**   1. Предмет та об’єкт соціології глобальних комунікацій. 2. Категоріальний апарат соціології комунікації. 3. Становлення соціології комунікації як спеціальної галузі соціології. 4. Основні соціологічні теоретичні напрямки дослідження комунікації. 5. Соціологічні домінанти комунікації. 6. Поняття *інформації* та *комунікації*. Їх основні характеристики, типологізація. 7. Поняття та характеристика *інформаційно-комунікативної діяльності*. 8. Роль комунікації в інформаційному суспільстві. 9. Основні інформаційні потоки в суспільстві. Структура інформаційної політики. 10. Технології організації соціальної взаємодії через глобальні інформаційні мережі. 11. Основні історичні фази інформаційно-комунікативного обміну. 12. Соціальна комунікація як система. Моделювання комунікації і комунікативних процесів. Переваги та обмеження кожної моделі. 13. Вербальна комунікація. 14. Мова як суспільне явище. 15. Дискурс як одиниця комунікативного аналізу. Моделювання дискурсу. 16. Природа, засоби і закономірності невербальної комунікації. 17. Поняття каналу комунікації. Види комунікації. 18. Поняття масової комунікації. Її сутність і функції. Масова комунікація як система підсистем. 19. Масова комунікація і формування громадської думки. 20. Політична комунікація в системі соціальної комунікації. 21. Наукова комунікація як соціально-комунікативна система. 22. Маркетингова комунікація. Інтегровані маркетингові комунікації. 23. Комунікація в організації. Корпоративна культура. 24. Комунікація в соціально-культурній сфері. 25. Особливості міжкультурної комунікації. Особливості комунікативних моделей в високо- і низко-контекстних культурах. Бар'єри в міжкультурної комунікації. 26. Інформаційні технології та глобалізація комунікативних процесів. 27. Глобальний інформаційно-комунікаційний простір. 28. Дигиталізація комунікації як новий рівень розвитку комунікації. Її соціально-економічні наслідки. 29. Соціологія Інтернету та соціологія 2.0 30. Мережеві спільноти в ракурсі соціологічного аналізу. 31. Державна інформаційна політика та глобальна інформаційна безпека. 32. Інформаційне протиборство та інформаційні війни у глобальному інформаційно-комунікативному суспільстві. 33. Освіта як соціально-комунікативний інститут у глобальному суспільстві. 34. ЗМІ і СМК як соціально-комунікативний інститут. 35. Видавнича справа, бібліотеки, музеї як соціально-комунікативні інститути. Соціологічний дискурс реклами. Роль реклами у глобальному суспільстві. 36. PR як модель соціальної взаємодії у глобальному суспільстві. 37. Комунікація в суспільстві споживання. 38. Віртуалізація соціальності. Віртуалізація влади. Віртуалізація глобальних соціальних практик у сучасному суспільстві. 39. Соціальна структура віртуальної реальності, її особливості. 40. Мережа Інтернет як стержень сучасного глобального надсуспільства. 41. Основні переваги та недоліки застосування онлайнових методів дослідження у соціології ІС. 42. Як можна застосовувати комунікативні методи у власному дисертаційному дослідженні. | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|  | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **ПЕРЕЛІК ОБЛАДНАННЯ** | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Персональний компьютер, навчальна література | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **СИСТЕМА ОЦІНЮВАННЯ** | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **Розподіл балів для оцінювання успішності аспіранта** | | | **Сума балів за всі види навчальної діяльності** | | | **Оцінка ЕСТS** | | | **Оцінка за національною шкалою** | | **Нарахування балів** | Бали нараховуються за наступним співвідношенням:  • лекційні роботи: 20%  практичні роботи: 20% семестрової оцінки;  • самостійна робота: 20% семестрової оцінки;  • іспит: 40% семестрової оцінки | | | | | |
| 90-100 | | | А | | | відмінно | |
| 82-89 | | | В | | | добре | |
| 75-81 | | | С | | |
| 64-74 | | | D | | | задовільно | |
| 60-63 | | | Е | | |
| 35-59 | | | FХ | | | незадовільно з можливістю повторного складання | |
| 0-34 | | | F | | | незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни | |
| **НОРМИ АКАДЕМІЧНОЇ ЕТИКИ** | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Аспірант повинен дотримуватися етичних норм академічних взаємовідносин та доброчесності у НТУ «ХПІ»»: виявляти дисциплінованість, вихованість, доброзичливість, чесність, відповідальність. | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Сілабус за змістом повністю відповідає робочій програмі навчальної дисципліни | | | | | | | | | | | | | | | | | |