

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ТОМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
Факультет психологии



УТВЕРЖДАЮ

Декан факультета психологии

Д.Ю. Баланёв

«05» « сентября » 2022 г.

Рабочая программа дисциплины

Философско-научные исследования цифрового сетевого общества

Закреплена за кафедрой	<i>социальных коммуникаций</i>
Учебный план	<i>42.04.01. Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль) подготовки «Цифровой бренд-менеджмент»</i>
Форма обучения	<i>очная</i>
Общая трудоёмкость	<i>2 з.е.</i>
Часов по учебному плану	<i>72 ч.</i>
в том числе:	
аудиторная контактная работа	<i>24 ч.</i>
самостоятельная работа	<i>46.55 ч.</i>
Вид(ы) контроля в семестрах	
<i>зачет</i>	<i>1 семестр</i>

Томск-2022

Программу составила

Окушова Г.А., канд. филос. наук, доцент кафедры социальных коммуникаций ТГУ

Рецензент: Спичева Д.И, канд. филос. наук, доцент кафедры социальных коммуникаций ТГУ

Рабочая программа дисциплины «Философско-научные исследования цифрового сетевого общества» разработана в соответствии с ФГОС ВО/СУОС НИ ТГУ:

Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования – магистратура по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденный приказом Министерства образования и науки РФ от 08.06.2017г. № 528;

Образовательный стандарт ТГУ по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденный решением ученого совета НИ ТГУ 30.06.2021, протокол № 6 и введенным в действие приказом ректора НИ ТГУ № 646/ОД от 05.07.2021

Рабочая программа одобрена на заседании УМК ФП НИ ТГУ

Протокол №7 от 05.09.2022

Цель освоения дисциплины Б1.О.02 «Философско-научные исследования цифрового сетевого общества» - формирование у будущих магистров комплекса соответствующих компетенций в области философско-научных исследований цифрового сетевого общества, необходимых для осуществления критического анализа проблемных ситуаций в рекламе и связях с общественностью, тенденций развития общественных и государственных институтов и прогноза возможных эффектов в медиасфере.

1. Место дисциплины в структуре ООП/ОПОП

Дисциплина Б1.О.02 «Философско-научные исследования цифрового сетевого общества» относится к обязательной части дисциплин, реализуется в первом семестре и формирует заявленные компетенции в интеграции со следующими дисциплинами, читаемыми параллельно в этом же семестре: «Менеджмент on-line и off-line кампаний по рекламе и связям с общественностью», «Интегрированные маркетинговые коммуникации в бренд-менеджменте», «Инструменты интернет-маркетинга для управления брендом».

Результаты обучения по дисциплине «Философско-научные исследования цифрового сетевого общества» являются необходимыми для следующих дисциплин, изучаемых параллельно или в последующих семестрах: «Основы научных исследований в профессиональной сфере»; «Профессиональные компетенции в высшей школе», «Правовое регулирование новых медиа», «Технологии управления общественным мнением в новых медиа», «Маркетинговые социологические исследования в брендинге», а также производственных практик: «Научно-исследовательская работа»; «Научно-исследовательская практика», «Преддипломная практика» и «Подготовки к процедуре защиты и защиты выпускной квалификационной работы».

2. Компетенции и результаты обучения, формируемые в результате освоения дисциплины/модуля

Таблица 1.

Компетенция	Индикатор компетенции	Код и наименование результатов обучения (планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенций)
УК-1. Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, выработать стратегию действий	ИУК 1.1. Выявляет проблемную ситуацию, на основе системного подхода осуществляет её многофакторный анализ и диагностику.	ОР – УК 1.1.1 Обучающийся знает, как на основе системного подхода осуществить многофакторный анализ и диагностику проблемной ситуации
	ИУК 1.2. Осуществляет поиск, отбор и систематизацию информации для определения альтернативных вариантов стратегических решений в проблемной ситуации.	ОР-УК.1.2.1 Обучающийся умеет определять альтернативные варианты стратегических решений в проблемной ситуации, опираясь на поиск, отбор и систематизацию информации.
	ИУК 1.3. Предлагает и обосновывает стратегию действий с учетом ограничений, рисков и возможных последствий.	ОР-УК.1.3.1 Обучающийся владеет навыками обоснования разработанной стратегии коммуникационных действий с учетом ограничений, рисков и возможных последствий.

<p>ОПК-2. Способен анализировать основные тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах</p>	<p>ИОПК-2.1 Понимает систему общественных и государственных институтов и умеет выстраивать с ними коммуникацию</p>	<p>ОР-ОПК.2.1.1 Обучающийся знает, как учитывая тенденции развития систем государственных и общественных институтов, выстраивать с ними коммуникацию.</p>
	<p>ИОПК-2.2 Умеет ставить цели, задачи исследования бренда, планировать аналитическую деятельность с учетом знаний общественных наук и актуальных вопросов современного общества</p>	<p>ОР-ОПК.2.2.1 Обучающийся умеет определять актуальные вопросы сетевого цифрового общества и планировать аналитическую деятельность по исследованию бренда</p>
	<p>ИОПК-2.3. Владеет навыками работы со специализированным программным обеспечением для обработки и представления данных.</p>	<p>ОР-ОПК.2.3.1 Обучающийся владеет навыками работы со специализированным программным обеспечением для обработки и представления данных при создании медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов</p>
<p>ОПК-5. Способен для принятия профессиональных решений анализировать актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования</p>	<p>ИОПК-5.1. Организует профессиональную деятельность в соответствии с правовыми и этическими нормами регулирования коммуникации.</p>	<p>ОР-ОПК.5.1.1 Обучающийся знает, как выстроить профессиональную деятельность в соответствии с правовыми и этическими нормами регулирования коммуникации.</p>
	<p>ИОПК-5.2. Организует эффективные on- и offline медиакоммуникации с внутренней и внешней общественностью</p>	<p>ОР-ОПК-5.2.1 Обучающийся способен организовать коммуникации on- и offline с внутренней и внешней общественностью, учитывая актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира</p>
	<p>ИОПК-5.3. Владеет технологиями организации публичных мероприятий on- и offline разного масштаба для стейкхолдеров от власти, бизнеса, общественных структур; умеет анализировать их эффективность.</p>	<p>ОР-ОПК-5.3.1 Обучающийся имеет навыки организации и анализа эффективности публичных мероприятий on- и offline разного масштаба для разных стейкхолдеров.</p>
<p>ОПК-6. Способен отбирать и внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии</p>	<p>ИОПК-6.1. Владеет современными интернет-технологиями PR-деятельности.</p>	<p>ОР-ОПК-6.1.1 Обучающийся знает особенности современных интернет-технологий.PR-деятельности, используемых в процессе медиапроизводства</p>
	<p>ИОПК-6.2. Применяет методы аналитической работы с большими объемами информации (в т.ч. big data)</p>	<p>ОР-ОПК-6.2.1 Обучающийся умеет использовать методы аналитической работы с большими объемами информации (в т.ч. big data)</p>
	<p>ИОПК-6.3. Умеет использовать современное</p>	<p>ОР-ОПК-6.3.1 Обучающийся умеет использовать современное цифровое</p>

	цифровое оборудование в PR-деятельности.	оборудование для медиапроизводства в PR-деятельности
--	--	--

3. Структура и содержание дисциплины

3.1. Структура и трудоемкость видов учебной работы по дисциплине

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы, 72 часа

Таблица 2.

Вид учебной работы	Трудоемкость в академических часах	
	1 семестр	всего
Общая трудоемкость		
Контактная работа:	25.45	25.45
Лекции (Л):	8	8
Практические занятия (ПЗ)	8	8
Лабораторные работы (ЛР)	-	-
Семинарские занятия (СЗ)	8	8
Групповые консультации	-	-
Индивидуальные консультации	-	-
Промежуточная аттестация	1,45	1,45
Самостоятельная работа обучающегося:	46.55	46.55
- подготовка доклада, сообщения	12	12
- выполнение творческого задания	12.55	12.55
- изучение учебного материала, публикаций	12	12
- подготовка к лабораторным/практическим занятиям/коллоквиумам	10	10
Вид промежуточной аттестации (зачет, зачет с оценкой, экзамен)	зачет	зачет

3.2. Содержание и трудоемкость разделов дисциплины/модуля

Таблица 3.

Код занятия	Наименование разделов и тем и их содержание /	Вид учебной работы, занятия, контроль	Семестр	Часы в электронной форме	Всего (час.)	Литература	Код (ы) результата (ов) обучения
	Раздел 1. Лекционная часть						
1.1.	Цифровое общество-Сеть: эволюция представлений (концепции, образы, метафоры) Сетевое общество и общество-Сеть: общее и отличия. Утопический (технократический) подход к пониманию общества-Сети (Д. Белл, З. Бжезинский, Дж. К. Гэлбрейт, М. Маклюэн, Ё. Масуда, Дж. Нейсбит, А. Турен и др.). Основные метафоры футурологов-утопистов: глобальная деревня (М. Маклюэн); глобальный метрополис (Г. Кан); глобальный город (С. Сассэн); электронный коттедж (Э. Тоффлер).	Лекция	1		2		ОР-УК.1.1.1; ОР-ОПК.2.1.1; ОР-ОПК.5.1.1; ОР-ОПК-6.1.1 ОР-УК.1.2.1. ОР-УК.1.3.1. ОР-ОПК.2.2.1. ОР-ОПК.2.3.1. ОР-ОПК.5.2.1. ОР-ОПК.5.3.1. ОР-ОПК-6.2.1

	<p>Антиутопический (технофобический) подход к описанию цифрового общества-Сети (Т. Адорно, Ж. Бодрийяр, П. Вирилио, Ф. Гваттари, Ж. Делез, С. Лем, Г. Маркузе, Л. Мэмфорд, Дж. Оруэлл, Г. Уэллс, О. Хаксли, М. Хоркхаймер, Ж. Эллюль, К. Ясперс и др.).</p> <p>Ключевые метафоры антиутопистов, определяющие онтологию цифрового общества-Сети: информационно-коммуникативная, самоорганизующаяся, основанная на принципах хаоса и порядка, организованное пространство симулякров, «виртуальная реальность» или «реальная виртуальность» и др.</p> <p>Компромиссная парадигма (М. Кагельс, А. Назаретян, П. Шедровицкий).</p> <p>Амбивалентность сетевых и цифровых технологий, их возможности и риски для человека и общества (Д. Рашкофф).</p> <p>«Зоны контроля» и «заповедные зоны» (У. Митчелл).</p>						ОР-ОПК.6.3.1.
	<p>Формы СРС:</p> <p>Выполнение творческого задания:</p> <p>Разработка одного целостного информационного (PR или рекламного) продукта социальной направленности, целью которого является информирование целевой аудитории о том или ином социально-гуманитарном риске, связанном с технологиями цифрового сетевого общества, и предупреждение о его последствиях; а также о возможных способах минимизации этих последствий от использования таких технологий.</p>				6		
1.2.	<p>Цифровые кочевники: генезис и ключевые образы-понятия</p> <p>От древнего собирателя до цифрового кочевника (“Digital Nomad”, DN): М. Маклюэн – Т. Макимото, Д. Мэннерс.</p> <p>Цифровое кочевничество как явление цифрового сетевого общества. Онтологические характеристики цифровых кочевников: географическая супер-мобильность (Дж. Урри) и постоянная подключенность к интернет посредством технологий беспроводной связи – Wi-Fi. «Номадология» Ф. Гваттари и Ж. Делёза. Концепция «кочевых предметов» Ж. Аттали.</p> <p>Понятия, так или иначе связанные с образами цифровых кочевников: «электронные кочевники», «техно-бедуины», «городские кочевники», «корпоративные кочевники», «кочевники-фрилансеры», «флешпакеры» (flashpackers), «цифровые ковбои» (П. Вильякайнен), «цифровые цыгане», «цифровые аборигены», «цифровые мигранты» (М. Пренски).</p>	Лекция	1		2		ОР-УК.1.1.1; ОР-УК.1.2.1. ОР-ОПК.2.1.1; ОР-ОПК.2.2.1. ОР-ОПК.5.1.1; ОР-ОПК-6.1.1

	Формы СРС: Изучение учебного материала, публикаций				3	
1.3.	Основные факторы возникновения цифрового номадизма, его преимущества и риски. Культура DN как знаковая система. Общая технологизация, информатизация, сетевизация, глобализация, мондиализация, мобильность и цифровизация как главные факторы появления цифрового кочевничества. Тренды, способствующие развитию и глобализации цифрового номадизма и его культуры. Плюсы и минусы образа жизни и технологий цифрового кочевничества. «Номадический канибализм» (Ж. Аттали) и «цифровая шизофрения» (Д. Рашкофф) как крайние формы проявления DN. Цифровые кочевники как пользователи знаков. Знаки и коды DN. Медиа, артефакты и ментифакты цифровых номадов (И. Кужелева-Саган). Границы и механизмы глобализации культуры DN.	Лекция	1		2	ОР-УК.1.1.1; ОР-УК.1.2.1. ОР-ОПК.2.1.1; ОР-ОПК.2.2.1 ОР-ОПК.5.1.1; ОР-ОПК-6.1.1 .
	Формы СРС: Изучение учебного материала, публикаций				3	
1.4	Основные типы и социально-психологические профили цифровых номадов; особенности их бизнес-коммуникаций. Антропологическая и социально-психологическая сущность феномена «кочевник» (Э. Россел) в сравнении с феноменом «паломник» (З. Бауман, К. Тестер). Аспекты жизни номада, обуславливающие квази-невозможность прогнозирования его будущего: 1) места его обитания/пребывания; 2) профессиональная деятельность; 3) семейное положение; 4) его персонализация и субъективация. «Кочевая интимность» как социокультурное явление. Возможные критерии типологизации цифровых кочевников: глобальность/локальность мобильности; аффилированность/неаффилированность; финансовая зависимость/независимость; семейное положение и др. (И. Кужелева-Саган). Социально-антропологические профили цифровых кочевников через призму их бизнес-коммуникаций. Сферы профессиональной деятельности, наиболее подходящие для цифровых кочевников. Базовые стратегии бизнес-коммуникаций цифровых кочевников и их виды. Условия эффективности внутренних и внешних бизнес-коммуникаций в компаниях «без офиса» или смешанного типа, имеющих в штате цифровых кочевников. Преимущества и	Лекция	1		2	ОР-УК.1.1.1 ОР-УК.1.2.1. ОР-УК.1.3.1. ОР-ОПК.2.1.1 ОР-ОПК.2.2.1. ОР-ОПК-5.1.1 ОР-ОПК-5.2.1 ОР-ОПК-6.1.1

	недостатки бизнеса в условиях глобального и городского цифрового номадизма. Инфраструктура и инструменты для организации бизнес-коммуникаций в условиях цифрового номадизма.						
	Формы СРС: Выполнение творческого задания: Разработка одного целостного рекламного коммерческого продукта, посвященного какому-либо реальному бренду или вымышленному (!) товару или услуге для цифровых кочевников.	СРС	1		6,55		ОР-УК.1.1.1 ОР-УК.1.2.1. ОР-УК.1.3.1. ОР-ОПК.2.1.1. ОР-ОПК.2.2.1. ОР-ОПК.2.3.1. ОР-ОПК.5.1.1. ОР-ОПК.5.2.1. ОР-ОПК.5.3.1. ОР-ОПК-6.1.1 ОР-ОПК-6.2.1 ОР-ОПК.6.3.1.
	Раздел 2. Семинарские занятия						
2.1.	Философско-научная идентификация современного общества: от информационного к сетевому цифровому (краткий обзор актуальных концепций) Общество как целостная и саморазвивающаяся система, его специфика и структура. Основные сферы общественной жизни и социальные институты. Модели социального развития. Формационный и цивилизационный подходы. К. Шваб о Четвертой промышленной революции и цифровых технологиях. Сценарии будущего человечества. Технократический подход в описании общества.	Семинар	1		4		ОР-УК.1.1.1 ОР-ОПК.2.1.1.
2.2.	Анализ тенденций развития общественных и государственных институтов цифрового общества и их освещение в медиатекстах и коммуникационных продуктах Цифровизация социальных практик как стратегия развития современного информационно-коммуникативного сетевого общества. Цифровая экономика, цифровое образование, цифровая культура, цифровой суверенитет, цифровой город, цифровая грамотность, цифровой профиль человека, цифровая безопасность, цифровые следы и др. как направления философско-научных исследований цифрового общества.	Семинар	1		4		ОР-УК.1.1.1 ОР-ОПК.2.1.1. ОР-ОПК-5.2.1
	Формы СРС:	СРС	1				
2.3	Изучение учебного материала, публикаций	СРС	1		6		ОР-УК.1.1.1 ОР-УК.1.2.1. ОР-ОПК.2.1.1; ОР-ОПК.2.2.1. ОР-ОПК.5.1.1. ОР-ОПК-6.1.1

2.4.	Подготовка аналитического доклада и его презентации	СРС	1		6		ОР-УК.1.1.1 ОР-УК.1.2.1. ОР-ОПК.2.1.1. ОР-ОПК.2.2.1. ОР-ОПК.2.3.1. ОР-ОПК.5.1.1. ОР-ОПК.5.2.1. ОР-ОПК-6.1.1 ОР-ОПК-6.2.1 ОР-ОПК.6.3.1.
Раздел 3. Практические занятия							
3.1	Авторские концепты и исследовательские подходы: возможности их использования при принятии профессиональных решений Постиндустриальное общество Д.Белла, компьютерия Ё.Масуды, общество «третьей волны» Э.Тоффлера, нетократия А.Барта и Я.Зодерквиста, виртуализация общества Д.В.Иванова, «умная толпа» Г.Ренгольда, сетевое общество М.Кастельса и У.Митчелла, концепция мобильности Дж.Урри, Четвертая промышленная революция и цифровые технологии К.Шваба.	Практические занятия	1		8		ОР-УК.1.1.1; ОР-УК.1.2.1.; ОР-УК.1.3.1.; ОР-ОПК.2.1.1; ОР-ОПК.2.2.1. ОР-ПК.2.3.1.; ОР-ОПК-5.1.1 ОР-ОПК-6.1.1
Формы СРС:		СРС	1				
3.2	Подготовка к лабораторным/практическим занятиям/коллоквиумам	СРС	1		10		ОР-УК.1.1.1 ОР-УК.1.2.1. ОР-ОПК.2.1.1; ОР-ОПК.2.2.1. ОР-ОПК.5.1.1. ОР-ОПК-6.1.1
3.3	Подготовка доклада-обзора авторских концептов и исследовательских подходов с электронной презентацией	СРС	1		6		ОР-УК.1.1.1 ОР-УК.1.2.1. ОР-ОПК.2.1.1. ОР-ОПК.2.2.1. ОР-ОПК.2.3.1. ОР-ОПК.5.1.1. ОР-ОПК.5.2.1. ОР-ОПК-6.1.1 ОР-ОПК-6.2.1 ОР-ОПК.6.3.1.
Промежуточная аттестация (зачет)					1,45		ОР-УК.1.1.1; ОР-УК.1.2.1.; ОР-УК.1.3.1.; ОР-ОПК.2.1.1; ОР-ОПК.2.2.1. ОР-ПК.2.3.1.; ОР-ОПК-5.1.1 ОР-ОПК-5.2.1 ОР-ОПК-5.3.1 ОР-ОПК-6.1.1 ОР-ОПК-6.2.1 ОР-ОПК-6.3.1

4. Образовательные технологии, учебно-методическое и информационное обеспечение для освоения дисциплины

Предметом обучения являются знания по курсу «Философско-научные исследования цифрового сетевого общества». Условием эффективного усвоения содержания курса и формирования соответствующих знаний является обязательное сочетание лекционных занятий с семинарскими и практическими занятиями, на которых формируются обозначенные выше базовые и специальные профессиональные компетенции. При изучении данной дисциплины, кроме такой традиционной образовательной технологии как «лекция», рекомендуется использовать:

- технологию семинара-«обсуждения / дискуссии», ориентированную на наиболее полное включение обучающихся в активный процесс коллективного обсуждения (спора) и осмысления темы; на развитие у них критико-аналитического исследовательского мышления; умения правильно формулировать, аргументировать и отстаивать свою точку зрения относительно выбранных задач в рамках поставленной цели и оптимальных способов их решения; способности внимательно выслушивать своих оппонентов, и не только конструктивно их критиковать, но и при необходимости признавать свои заблуждения и ошибки. Семинар-«дискуссия» используется как метод усиления интереса слушателей к изучаемой проблеме, придания ей большей остроты, актуальности.

- технологию практических занятий, представляющую собой изучение авторских концептов и исследовательских подходов, возможности их использования при принятии профессиональных решений относительно реальных фактов и событий, ставших объектами рекламной или PR-коммуникации. Данная работа позволяет формировать у обучающихся готовность учитывать правовые и этические нормы регулирования взаимодействия со медиакоммуникационными системами региона, страны и мира в рамках осуществления профессиональной деятельности.

- технологию практического занятия-«презентации», которая позволяет студентам отрабатывать навыки в практическом применении теоретических знаний, а также в устной и электронной презентации совершенствовать уровень понимания проблемных вопросов дисциплины и результатов своей учебной и исследовательской работы. В процессе таких занятий студенты более глубоко осознают важность не только содержания и результатов общих знаний дисциплины и исследовательской работы, но способы и формы их подачи (презентации).

Удельный вес занятий, проводимых в интерактивных формах, должен составлять не менее 50% аудиторных занятий.

Самостоятельная работа студента в рамках дисциплины предполагает следующие виды работ: разработку одного целостного информационного (PR или рекламного) продукта; академическое чтение обязательной и дополнительной литературы; изучение и анализ интернет-источников по темам программы дисциплины; подготовку выступлений на семинарских занятиях; подготовку электронных презентаций.

4.1. Литература и учебно-методическое обеспечение

В период обучения магистрантам должны быть доступны следующие учебно-методические материалы: программа дисциплины «Философско-научные исследования цифрового сетевого общества», электронные презентации основного содержания дисциплины «Философско-научные исследования цифрового сетевого общества».

а) основная литература:

1. Культура сетевых коммуникаций и цифровая грамотность / А. П. Глухов, М. Н. Бычкова, И. В. Гужова [и др.] - Томск: Издательский Дом Томского государственного университета, 2019. - 105 с. URL: <http://vital.lib.tsu.ru/vital/access/manager/Repository/vtls:000674994>

2. Носова С. С. Метаморфозы цифрового сетевого общества: социально-философский анализ: диссертация на соискание ученой степени кандидата философских наук: 5.7.7 / Носова С.С.; науч. рук. Завьялова М. П.; Томский гос. ун-т. - Томск, 2022. URL: <http://vital.lib.tsu.ru/vital/access/manager/Repository/koha:000901211>

3. Социально-сетевая цифровая коммуникативная культура молодежи: коллективная монография / А. П. Глухов, М. Н. Бычкова, И. В. Гужова [и др.] - Томск: Издательский Дом Томского государственного университета, 2020. - 140 с. URL: <http://vital.lib.tsu.ru/vital/access/manager/Repository/koha:000721719>

4. Шиповалова Л. Философская аналитика цифровой эпохи: Сборник. – СПб.: Издательство Санкт-Петербургского государственного университета, 2020. - 368 с. URL: <http://znanium.com/catalog/document?id=373658>.

5. Цифровое общество в культурно-исторической парадигме: коллективная монография /О. И. Аблов [и др.] – М.: Московский педагогический государственный университет, 2019. – 264 с. Электронный ресурс: <http://www.iprbookshop.ru/92898.html>

6. Социокультурные и философские проблемы развития информационного общества: учебное пособие /Л. В. Баева. - Астрахань: Астраханский государственный университет, Издательский дом Астраханский университет, 2019. – 140 с. Электронный ресурс: <http://www.iprbookshop.ru/99517.html>

7. Цифровое общество в культурно-исторической парадигме: коллективная монография /О. И. Аблов [и др.] – М.: Московский педагогический государственный университет, 2019. – 264 с. Электронный ресурс: <http://www.iprbookshop.ru/92898.html>

8. Цифровой бренд-менеджмент территорий: глобальный и локальный аспекты: материалы IV Международной трансдисциплинарной научно-практической WEB-конференции "Connect-Universum-2018", 29–30 ноября 2018 года /науч. ред. Г. А. Окушова ; редкол.: И. П. Кужелева-Саган [и др.] ; Нац. исслед. Том. гос. ун-т, Каф. социальных коммуникаций. - Томск: Издательский Дом Томского государственного университета , 2019. – 289 с. <http://vital.lib.tsu.ru/vital/access/manager/Repository/vtls:000669823>

б) дополнительная литература:

1. Attali J. Millennium: winners and losers in the coming world order. — New York: Random House, 1991. — 132 с.
2. Makimoto Ts. Digital Nomad / Ts. Makimoto, D. Manners. – John Wiley & Sons Ltd, Baffins Lane, Chichester, West Sussex PO19 1UD, England, 1997. – 256 с.
3. Tapscott D. Growing Up Digital: The Rise of the Net Generation // D. Tapscott. – McGraw-Hill Companies, 1998. – 336 с.
4. Van Dijk J. The Network Society. Social Aspects of New Media / J. Van Dijk. – Sage Publications, 2006. – 292 с.
5. Аттали Ж. На пороге нового тысячелетия. – М: Международные отношения, 1993. - 133 с.
6. Бард А., Зодерквист Я. Нетократия. Новая правящая элита и жизнь после капитализма. – СПб: Стокгольмская школа экономики в Санкт-Петербурге, 2004. – 252 с.
7. Гарфинкель С. Все под контролем: Кто и как следит за тобой/Пер. с англ. В. Мяснянкина. — Екатеринбург: У-Фактория, 2004. — 432 с. (Серия «киберtime/non-fiction»)
8. Гидденс Э. Ускользящий мир: как глобализация меняет нашу жизнь. / Пер. с англ. – М., 2004. – 122 с.
9. Дрейфус С.(при участии Джулиана Ассанжа) Компьютерный андеграунд: Истории о хакинге, безумии и одержимости / Пер. с англ. А. Луцанова под ред. К. Жвакина. — Екатеринбург: У-Фактория, 2005. — 488 с. (Серия «Киберtime/nonfiction»)
10. Иванов Д.В. Виртуализация общества. Версия 2.0. – СПб.: Петербургское Востоковедение, 2002.

11. Кастельс М. Галактика Интернет : [размышления об Интернете, бизнесе и обществе : пер. с англ.]. – Екатеринбург : У-Фактория , 2004. – 327 с.
12. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура. Пер. с англ. – М.:ГУ ВШЭ,2000. – 608с.
13. Кастронова Э. Бегство в виртуальный мир. – Ростов-на-Дону : Феникс , 2010. – 214, [3] с.: ил.
14. Кин Дж. Демократия и декаданс медиа [Текст] / пер. с англ. Д. Кралечкина; под науч. ред. А. Смирнова; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». — М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2015. — 312 с.
15. Криптоанархия, кибергосударства и пиратские утопии / [Пер. с англ. Т. Давыдовой и др.]; Под ред. Питера Ладлоу. — Екатеринбург: Ультра.Культура, 2005. — 600 с. (Серия «cybertime/nonfiction»)
16. Ласика, Дж. Д. Даркнет: Война Голливуда против цифровой революции / Дж. Д. Ласика; [пер. с англ. Ольги Турухиной]. — Екатеринбург: Ультра.Культура, 2006. — 000 с.
17. Ловинк Г. Критическая теория интернета / Г. Ловинк — «Ад Маргинем Пресс», 2019. – 174 с.
18. Митчелл У. Я + +. Человек, город, сети. – М.: Strelka Press, 2012
19. Николс Т. Смерть экспертизы. Как интернет убивает научные знания. – М.: Эксмо, 2019. – 368 с.
20. Новые медиа: социальная теория и методология исследований. — СПб.: Издательство Алтейя, 2016. — 262 с.
21. Рашкофф Д. Медиавирус. Как поп-культура тайно воздействует на ваше сознание.: Пер. с англ. Д. Борисов. – М.: Ультра. Культура. – 2003 . – 368 с.
22. Рейнгольд Г. Умная толпа: новая социальная революция Пер. с англ. А. Гарькавого. — М.: ФАИР-ПРЕСС, 2006. — 416 с.
23. Рождение коллективного разума : о новых законах сетевого социума и сетевой экономики и об их влиянии на поведение человека : великая трансформация третьего тысячелетия / [Ф. Хейлиген, А. В. Назарчук, В. И. Аршинов и др.] ; под ред. Б. Б. Славина. – М. : Ленанд , 2014. – 285 с.: ил., табл.
24. Самые успешные PR-кампании в мировой практике. Пер. с англ. М.: Консалтинговая группа «ИМИДЖ-Контакт» ИНФРА-М, 2002. (Серия «Современные консалтинговые технологии») – 310 с.
25. Стерлинг, Б. Будущее уже началось: Что ждет каждого из нас в XXI веке? / Брюс Стерлинг; [Пер. с англ. И. Цибизовой]. — Екатеринбург: У-Фактория, 2005. — 264 с. — (Серия «Cybertime/non-fiction»)
26. Стивенс-Давидовиц С. Все лгут. Поисквики, big data и интернет знают о вас все. – М.: Эксмо, 2018. – 384 с.
27. Тапскотт Д. Электронно-цифровое общество : Плюсы и минусы эпохи сетевого интеллекта / Дон Тапскотт; Пер. с англ. И. Дубинского под ред. С. Писарева. - Киев : ITN Пресс ; М. : Рефл-бук, [1999]. - 403 с. : ил., табл.
28. Тоффлер Э. Третья волна.
29. Урри Д. Мобильности. – М.: Праксис, 2012. – 576 с.
30. Цифровое кочевничество как глобальный и сибирский тренд: материалы III Международной трансдисциплинарной научно-практической WEB-конференции Connect-Universum-2016, 24-26 мая 2016 года / [науч. ред. Г. А. Окушова ; редкол.: И. П. Кужелева-Саган и др.] ; Нац. исслед. Том. гос. ун-т, Каф. социальных коммуникаций - Томск: Издательский Дом Томского государственного университета, 2017. – 359 с. <http://vital.lib.tsu.ru/vital/access/manager/Repository/vtls:000581539>
31. Шваб К. Четвертая промышленная революция. Перевод АНО ДПО «Корпоративный университет Сбербанка», 2016 – М.: ООО «Издательство «Э», 2016.

32. Шваб К. Технологии Четвертой промышленной революции : [перевод с английского] / Клаус Шваб, Николас Дэвис. — Москва : Эксмо, 2018. — 320 с.
33. Шмидт Э., Коэн Д. Новый цифровой мир: как технологии меняют жизнь людей, модели бизнеса и понятие государств. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2013.
34. Эйдман И.В. Прорыв в будущее: социология интернет – революции. – М.: Оги, 2007.- 384 с.

4.2. Базы данных и информационно-справочные системы, в том числе зарубежные

1. База данных Ассоциации директоров по коммуникациям и корпоративным медиа России – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.corpmedia.ru/>
2. База данных Ассоциации коммуникационных агентств России (АКАР) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.akarussia.ru/node/5025>
3. База данных Интернет-сообщества профессиональных менеджеров [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.e-xecutive.ru>
4. База данных национальной платформы открытого образования [Электронный ресурс]. URL: <https://openedu.ru/course/>
5. База данных Российской Ассоциации маркетинговых услуг (РАМУ) - [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.ramu.ru/ramu-program.php>
6. Информационно-справочные материалы компании «Михайлов и партнеры. Стратегические коммуникации». – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.mikh-partn.ru>
7. Информационно-справочные материалы Международного пресс-клуба. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.pr-club.com/>
8. Информационно-справочные материалы рекламной группы «Мелехов & Филюрин». – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.m-f.ru>
9. Информационно-справочные материалы российского специализированного журнала «Пресс-служба» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.press-service.ru/terms/141/>
10. Информационно-справочные материалы компании «Gallery. Реклама в формате города». – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.gallerymedia.com/out-of-home/>
11. Справочно-информационный портал ГРАМОТА.РУ - [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://gramota.ru/>
12. Электронно-библиотечная система «Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.elibrary.ru/defaultx.asp>
13. Электронно-библиотечная система национального исследовательского Томского государственного университета [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.lib.tsu.ru/ru>
14. Энциклопедия маркетинга. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.marketing.spb.ru>
15. Scopus - База данных научных рефератов и цитирования – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.elsevier.com/locate/scopus/>

4.3. Перечень лицензионного и программного обеспечения

При освоении данной дисциплины используется следующее ПО:

1. Windows 7 professional 64 bit
2. Microsoft Office 2010
3. Statistica 6
4. IBM SPSS Statistica 23
5. Mozilla Firefox

6. Opera
7. Google Chrome
8. 7zip

4.4. Оборудование и технические средства обучения

При освоении данной дисциплины используются:

1. Учебные классы, оснащенные аппаратурой и программным обеспечением для организации практических занятий по курсам ООП магистратуры, в том числе класс, оборудованный видео-конференц-связью (Polysom), аудитории АКТРУ.

2. Компьютерные мультимедийные проекторы во всех аудиториях, где проводятся лекционные занятия и другая техника для презентаций учебного материала.

5. Методические указания обучающимся по освоению дисциплины/модуля

Успешное освоение студентами содержания дисциплины «Философско-научные исследования цифрового сетевого общества» предполагает прослушивание лекций и участие в практических и семинарских занятиях, консультации преподавателя в течение семестра и во время сессии, самостоятельную подготовку студентов, своевременное выполнение заданий. **Лекции** – одна из форм активной аудиторной работы обучающихся, требующая не просто прослушивания, но и умения кратко, схематично, последовательно и логично фиксировать основные положения, выводы, обобщения, формулировки. В конце лекции преподаватель оставляет время (5 минут) для того, чтобы обучающиеся имели возможность задать уточняющие вопросы по изучаемому материалу. Некоторые темы не удастся осветить в полном объеме, поэтому преподаватель, по своему усмотрению, может выносить некоторые вопросы на самостоятельную работу студентов, рекомендуя ту или иную литературу. Кроме этого, для лучшего освоения материала и систематизации знаний по дисциплине, необходимо постоянно разбирать материалы лекций по конспектам, учебным пособиям. Активная и осознанная работа на лекциях облегчит студентам подготовку как к практическим и семинарским занятиям, так и к зачёту. **Семинарские и практические занятия** предполагают подготовку и изучение материалов лекций, а также учебников, пособий, образовательных интернет-порталов и т.п. Прочитанную литературу рекомендуется конспектировать, что позволит в дальнейшем использовать материал при подготовке к зачёту. Качество освоения материала студентом будет тем выше, чем шире и разнообразнее изученная им литература. На практических занятиях задания выполняются как индивидуально, так и в микро-группах, что требует умения работать в команде. Важно не только выступить на семинаре самому, но и полезно конспектировать выступления других студентов.

Вопросы, вызывающие затруднения при самостоятельной подготовке к занятиям и зачёту, можно обсудить с преподавателем в часы его консультаций. Завершает изучение дисциплины сдача зачёта.

6. Преподавательский состав, реализующий дисциплину:

Кужелева-Саган И.П., д.филос.н., профессор, заведующая кафедрой социальных коммуникаций ТГУ

Окушова Г.А., к.филос.н., доцент кафедры социальных коммуникаций ТГУ

7. Язык преподавания: русский.