КАТАЛОГ УЧЕБНЫХ КУРСОВ
МАГИСТЕРСКОЙ ПРОГРАММЫ

социология **п**убличной **с**феры и **с**оциальных **к**оммуникаций

2011-2012

НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИСТЕТ
«ВЫСШАЯ ШКОЛА ЭКОНОМИКИ»
ФАКУЛЬТЕТ СОЦИОЛОГИИ
КАФЕДРА ОБЩЕЙ СОЦИОЛОГИИ

КАТАЛОГ УЧЕБНЫХ КУРСОВ
МАГИСТЕРСКОЙ ПРОГРАММЫ

социология **п**убличной **с**феры и **с**оциальных **к**оммуникаций

2011 - 2012

Москва

НАУЧНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ СЕМИНАР (НИС) «СОЦИОЛОГИЯ ПУБЛИЧНОЙ СФЕРЫ И СОЦИАЛЬНЫХ КОММУНИКАЦИЙ»

«Что такое социология?» «Чем она занимается?» «В чем ее актуальность?» Разрешение этих и им подобных вопросов представляется ключевым аспектом в деле самоопределения студентов и пробуждения в них интереса к социологической проблематике.

ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ КУРСА Основными задачами курса НИС являются знакомство студентов с ведущими специалистами по профилю программы «Социология публичной сферы и социальных коммуникаций», которые имеют обширный опыт исследовательской работы в различных предметных областях; расширение представлений студентов о методологии социологических исследований, ее связи с основными теоретическими подходами, типами исследований в социологии и характером решаемых задач; получение студентами теоретических знаний и практических навыков по следующим направлениям деятельности в рамках подготовки проекта магистерской диссертации

СТРУКТУРА И ОРГАНИЗАЦИЯ КУРСА Курс состоит из авторских мастер-классов (лекция с последующим обсуждением со студентами), проводимых ведущими специалистами факультета социологии, общественными деятелями и приглашёнными специалистами с других факультетов. Также в курс входит серия семинаров посвящённых поэтапному освоение навыков создания текста курсовой работы, а затем диссертационного текста, включающих в себя презентации студентами своих работ.
Каждый мастер-класс может предполагать литературу, необходимую для подготовки к нему и анонсируемую непосредственно перед мастер-классом.
Мастер-классы фиксируются на видеозапись с последующим доступом на сайте кафедры общей социологии.

Формы контроля - Рецензия на опубликованную научную статью, рецензия на исследование приглашенных лекторов, синопсис (проект курсовой работы), глоссарий, драфт обзора источников, финальный обзор источников, план исследования, отзыв на текст чужой курсовой работы, защита курсовой работы, рецензия на теоретический текст по своей теме, теоретическое обоснование своего исследования, рецензия на чужое теоретическое обоснование и аннотацию, презентация теоретического обоснования, рецензия на программу исследования прошлых лет, уточненная программа исследования, результаты пилотажа, презентация программы, отчет по эмпирическому исследованию, презентация программы группового исследования для публичной сферы, черновик (макет) диссертации, отзыв на текст черновика чужой диссертации, презентация макета диссертации.

1 ГОД ОБУЧЕНИЯ • БАЗОВАЯ ЧАСТЬ

КАЧЕСТВЕННЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ ПУБЛИЧНОЙ СФЕРЫ И СОЦИАЛЬНЫХ КОММУНИКАЦИЙ

ПРЕПОДАВАТЕЛЬ

ЯРСКАЯ-СМИРНОВА ЕЛЕНА РОСТИСЛАВОВНА, Д.СОЦ.Н., ПРОФЕССОР НИУ ВШЭ
arskaia@jsps.ru, elena.iarskaia@socpolicy.ru

ЦЕЛЬ КУРСА Курс состоит в освоении теоретических оснований, принципов, особенностей качественных методов исследований и навыков их осуществления. Программа курса формирует научно-исследовательские и технологические навыки, определяет систему понятий и категорий исследовательской методологии, знакомит с основными теоретическими идеями феноменологического направления социальной науки, стратегиями сбора, обработки и интерпретации данных, презентации отчетов. Курс разработан автором при поддержке программы Curriculum Development Центрального Европейского Университета в Будапеште.

ЗАДАЧИ КУРСА сформировать общее понятие качественных данных, прояснить специфику основных подходов к их сбору и анализу, дать представления об основных теоретических понятиях феноменологической социологии и этнографического метода, установить прикладные задачи, отработать навыки систематизации визуальных данных и презентации результатов исследования, способствуя формированию общественной дискуссии.

СТРУКТУРА КУРСА Курс состоит из 14 часов лекционных и 14 часов семинарских занятий. Подготовка к семинарским занятиям предполагает активную самостоятельную работу магистрантов с научной литературой и образами, выход «в поле», сбор и анализ данных, написание кратких заметок и схем ответов по заданиям. Домашние задания основаны на чтении научной литературы и публицистики, поиске и обработке информации различного рода, на семинарских занятиях проводится индивидуальная и групповая работа по результатам самоподготовки. Занятия на семинарах включают работу в малых группах, выступления магистрантов с краткими сообщениями и докладами, презентации, обсуждение инструментария, полевых материалов и отчетов, дискуссии по заданиям и темам курса.

ФОРМАМИ КОНТРОЛЯ успеваемости по данному курсу является проверка готовности к участию в семинарских занятиях по результатам самоподготовки, оценивание активности студента на семинарах, собеседование по пройденным темам; ведение портфолио выполненных заданий; презентация анализа визуальных документов по конкретным заданиям; проверка мини-эссе и заслушивание презентаций проектов; зачет. Формы отчетности – проект и зачет.

Итоговая оценка складывается с учетом нижеследующих весов:

Оценка за 1 и 2 модули 100% = 10% посещаемость, пунктуальность, корректная электронная коммуникация с преподавателями + 50% участие в семинарах (выступления, домашняя работа, отчетность о процессе учебы) + 40% финальное эссе

Оценки выставляются в десятибалльной шкале: «отлично»: средний балл от 8 до 10; «хорошо»: 6 и 7; «удовлетворительно: 4 и 5; «неудовлетворительно»: менее 4.

ПУБЛИЧНАЯ СФЕРА ОБЩЕСТВА И СОЦИАЛЬНЫЕ КОММУНИКАЦИИ

ПРЕПОДАВАТЕЛИ
ИКОННИКОВА Н.К. Д.СОЦ.Н., ДОЦЕНТ КАФЕДРЫ ОБЩЕЙ СОЦИОЛОГИИ НИУ ВШЭ
ЯРСКАЯ-СМИРНОВА ЕЛЕНА РОСТИСЛАВОВНА, Д.СОЦ.Н., ПРОФЕССОР НИУ ВШЭ
arskaia@jsps.ru, elena.iarskaia@socpolicy.ru

ЦЕЛЬ КУРСА Курс имеет основной целью дать основу теоретических знаний о публичной сфере и гражданском обществе для применения их в полевой практике исследований, работы в общественных организациях, с группами и сообществами, средствами массовой информации. Курс предназначен для формирования профессиональных компетенций студентов магистратуры, специализирующихся в области социологии публичной сферы и социальных коммуникаций.

ЗАДАЧИ КУРСА:

1.Познакомить с новой отраслью социологии: социологией публичной сферы и социальных коммуникаций.

2.Сформировать общее понятие публичной сферы, публики, общества, общественности, прояснить специфику основных подходов к определению публичной сферы, дать представления о трансформации границ публичного/приватного, дать основы гендерного анализа публичной сферы.

3.Рассмотреть публичную сферу как коммуникативное пространство в контексте глобализации, основные определения и модели процесса коммуникации

4.Установить прикладные задачи современной социологии публичной сферы и социальных коммуникаций, отработать навыки систематизации данных и презентации результатов исследования, способствуя формированию коллективной дискуссии.

СТРУКТУРА КУРСА: Курс охватывает 1-ый, 2-ой и 3-ий модули. Он рассчитан на 216 часов занятий, из них 72 часа аудиторных занятий (48 ч. – лекции, 24 ч. – семинары). Студенты пишут эссе по теме курса, согласованной с преподавателем. Курс завершается экзаменом.

ФОРМАМИ КОНТРОЛЯ успеваемости по данному курсу является проверка готовности к участию в семинарских занятиях по результатам самоподготовки, оценивание активности студента на семинарах, собеседование по пройденным темам; ведение портфолио выполненных заданий; презентация анализа документов по конкретным заданиям; проверка эссе и заслушивание презентации эссе; экзамен. Формы отчетности – эссе и экзамен.

Итоговая оценка складывается с учетом нижеследующих весов:

Оценка за 1, 2 и 3 модули 100% = 10% посещаемость, пунктуальность, корректная электронная коммуникация с преподавателями + 40% участие в семинарах (выступления, домашняя работа, отчетность о процессе учебы) + 20% эссе + 30% экзамен

Оценки выставляются в десятибалльной шкале: «отлично»: средний балл от 8 до 10; «хорошо»: 6 и 7; «удовлетворительно: 4 и 5; «неудовлетворительно»: менее 4.

ГЛОБАЛИЗАЦИЯ – ВИРТУАЛИЗАЦИЯ – ГЛЭМ-КАПИТАЛИЗМ

ДИСТАНТНЫЙ КУРС В ФОРМАТЕ ОНЛАЙН ТЕЛЕКОНФЕРЕНЦИЙ

ПРЕПОДАВАТЕЛИ

ПОКРОВСКИЙ НИКИТА ЕВГЕНЬЕВИЧ, Д.СОЦ.Н., ОРДИНАРНЫЙ ПРОФЕССОР НИУ ВШЭ
ИВАНОВ ДМИТРИЙ ВЛИДИСЛАВОВИЧ, Д.СОЦ.Н., ПРОФЕССОР СПбГУ

ЦЕЛИ КУРСА содействие формированию в России интегрированного социологического образовательного пространства путем использования новейших информационно-коммуникационных технологий и развитие медиа-компетенций преподавателей и студентов. Стимулировать научный интерес у магистров к фундаментальным социологическим исследованиям. Научить магистров умению проводить социально-теоретический анализ феноменов окружающего мира и их интерпретации с помощью «социологического воображения». Институализировать в рамках дистантного учебного процесса российскую (НИУ ВШЭ – СПбГУ) школу социальной теории и социологии глобализационных процессов.

ЗАДАЧИ КУРСА

1.Разработка мультимедийного учебно-методического комплекса на платформе виртуального класса (обучение в режиме телеконференций) и социальной сети (обучение с использованием сервисов Интернет-ресурса второго поколения).

2.Отработка методики преподавания в мультимедийной информационно-образовательной среде.

3. Развитие навыков применения различных информационно-коммуникационных технологий как средств профессиональной коммуникации и создания на основе этих технологий мультимедийных научно-образовательных продуктов.

ТЕМАТИЧЕСКОЕ ПОЛЕ КУРСА Модернизационные тенденции первой половины XX века. Кризис социокультурного проекта модерна. Постмодернизм и его исчерпание к концу века. Глобализация и ее следствия. Расцвет и распад советского общества как проявления общих цивилизационных тенденций. Фрагментация и эстетизация социальной жизни в России. «Постиндустриальная» экономика и консьюмеризм, медиатизация политики, экспансия поп-культуры, статусная дифференциация по стилю жизни. «Очаговая» глобализация в России. Рост транснациональных рынков и корпораций. Борьба государственной бюрократии с международными организациями. Проявления мультикультурализма. Влияние миграций на стратификацию. Замещение реальности образами и виртуализация социальных институтов. Роль имиджевых коммуникаций и цифровых технологий. Переход виртуализации в режим гламура. Отставание развития кибер-культуры в России от роста глэм-капитализма. Экономический рост в России и его структура. Концентрация финансовых потоков и гиперпотребления в сырьевых и административных центрах/структурах. Отставание национальных брэндов от глобальных трендов. Реколонизация депрессивных индустриальных и аграрных регионов/структур государством и транснациональными корпорациями. Экономика «национальных проектов». Интеграция образов империи в российских массмедиа. Патриотический «ампир» массовой культуры. Богемный «ампир» гламура. Виртуальные сообщества контр-культуры и их колонизация как источников нового «символического сырья» для массовой культуры. Усилия государственной бюрократии по созданию телекоммуникационной инфраструктуры и продвижению позитивного имиджа России. Нарушение аутсайдерами глэм-капитализма нормального функционирования

экономики брэндов и трендов и политики имиджей и презентаций. Партизаны бизнеса (хакеры и пираты), политики (экстремисты), культуры (блогеры и флэш-моберы). Тенденции поглощения альтер-социальных движений и трансформация глэм-капитализма.

СТРУКТУРА И ОРГАНИЗАЦИЯ КУРСА Одновременное обсуждение в системе *еженедельных* онлайн телемостов единого перечня тем и проблем группами магистров в двух университетах. Формы обсуждения: (а) онлайн лекции, (б) аналитические дискуссии по тематике заранее прочитанных текстов, (в) презентации и обсуждения мини-проектов участников. Итоговое теоретическое эссе по тематике исследования в рамках курса (предварительно группы обмениваются своими эссе и обсуждают их на Интернет-форуме). Цикл лекций Д.В.Иванова и Н.Е.Покровского в формате PowerPoint. Ответы магистров на вопросы заданий и их групповое обсуждение в социальной сети. Поиск и размещение магистрами в сети визуальных материалов по заданной теме.

ОБЪЕМ КУРСА: 36 час. (по 4 часа в неделю одним блоком; из них 32 час. в онлайне и 4 час. офф-лайн раздельно). Распределение учебной нагрузки между Н.Е.Покровским и Д.В.Ивановым - 50:50.

ФОРМЫ КОНТРОЛЯ 1) презентация личных и групповых проектов на онлайн занятиях,
2) представление обоим преподавателям текстов исследовательских отчетов и эссе.

1 ГОД ОБУЧЕНИЯ • ДИСЦИПЛИНА ПО ВЫБОРУ

ПОТРБЛЕНИЕ КАК СОЦИОЛОГИЧЕСКИЙ ДИСКУРС

ДИСТАНТНЫЙ КУРС В ФОРМАТЕ ОНЛАЙН ТЕЛЕКОНФЕРЕНЦИЙ

ПРЕПОДАВАТЕЛИ

ПОКРОВСКИЙ НИКИТА ЕВГЕНЬЕВИЧ, Д.СОЦ.Н., ОРДИНАРНЫЙ ПРОФЕССОР НИУ ВШЭ
ИЛЬИН ВЛАДИМИР ИВАНОВИЧ, Д.СОЦ.Н., ПРОФЕССОР СПбГУ

ЦЕЛЬ КУРСА: Создать единое «дистантное» (виртуальное) учебно-научное пространство, включающее и объединяющее две научные школы изучения социальной теории потребления на кафедре социологии культуры и коммуникации СПбГУ (В.И.Ильин) и на кафедре общей социологии НИУ ВШЭ (Н.Е.Покровский). Взаимодействие этих научных групп происходит в течение многих лет в рамках российских и международных конференций и летних школ, а также гранта РФФИ (2007-2010) «Потребление и консумеризм в контексте российской глокализации». В это учебно-научное пространство органично включаются бакалавры факультетов социологии обоих университетов.

ЗАДАЧИ КУРСА: Стимулировать научный интерес у студентов к фундаментальным социологическим исследованиям. Научить студентов умению «читать» тексты и дискурсы окружающей жизни и уметь их интерпретировать с помощью «социологического воображения». Институализировать в рамках дистантного учебного процесса российскую (ГУ-ВШЭ – СПбГУ) школу социальной теории потребления.

ПРЕДМЕТ КУРСА: *Дискурс потребления*, который проявляется в форме индивидуальных практик групп людей, конструирующих свою идентичность и воспроизводящих свою социальную «самость» (self) в процессе потребления товаров и услуг.

СТРУКТУРА И ОРГАНИЗАЦИЯ КУРСА: одновременное обсуждение в системе *еженедельных* онлайн телемостов единого перечня тем и проблем группами бакалавров вдвух университетах. Формы обсуждения: (а) онлайн лекции, (б) аналитические дискуссии по

тематике заранее прочитанных текстов, (в) презентации и обсуждения мини-проектов участников. Итоговое эссе по проблемам потребления в повседневной жизни (предварительно группы обмениваются своими эссе и обсуждают их на Интернет-форуме).
Проводятся параллельные совместные *экспресс-исследования* с активным использованием визуальных методов и текущим их обсуждением через телемост. Выборочная тематика: "Стили уличной моды в Москве и Петербурге", "Одежда как инструмент конструирования гендерной границы", "Стили женственности (мужественности)", "Автомобиль как фактор формирования стилей жизни", «Феноменология света и тени в городской среде в зонах потребления» и т.д. Общее направление студенческих исследований - "Люди и вещи": анализ формирования социального взаимодействия, конфигураций отношений, устойчивых и временных социальных общностей в процессе потребления вещей и услуг (напр., общность вкусов в сфере досуга порождает стилевые сообщества, потребление пищи и алкоголя выполняет ритуальные функции в процессе формирования и сплочения групп и т.д.). Совместная интерпретация аудиовизуальных материалов, отражающих культуру потребления и соответствующих методологии визуальной социологии.
ОБЪЕМ КУРСА: 36 час. (по 4 часа в неделю одним блоком; из них 32 час. в онлайне и 4 час. офф-лайн раздельно). Распределение учебной нагрузки между Н.Е.Покровским и В.И.Ильиным - 50:50.

1 ГОД ОБУЧЕНИЯ • ДИСЦИПЛИНА ПО ВЫБОРУ

СОЦИАЛЬНЫЙ АНАЛИЗ В ЖУРНАЛИСТИКЕ

ПРЕПОДАВАТЕЛИ
МЛЕЧИН ЛЕОНИД МИХАЙЛОВИЧ, ЖУРНАЛИСТ, ЗАСЛУЖЕННЫЙ РАБОТНИК КУЛЬТУРЫ РФ, ЛАУРЕАТ ТЭФИ
ШАРИКОВ АЛЕКСАНДР ВЯЧЕСЛАВОВИЧ, К.ПЕД.Н., ПРОФЕССОР НИУ ВШЭ
ОБЕРЕМКО ОЛЕГ АЛЕКСЕЕВИЧ, К.СОЦ.Н., ДОЦЕНТ НИУ ВШЭ
ЦЕЛЬ КУРСА: совершенствование профессиональных навыков студентов магистратуры, специализирующихся в области социологии и в таких отраслях, как экономическая социология, маркетинг, реклама, политические технологии.
ЗАДАЧИ КУРСА В результате изучения курса слушатель должен:
Знать:
— базовые теоретические модели, описывающие медийную коммуникацию как социальное взаимодействие на микро- и макроуровнях;
— методологические основания социологического анализа текстовой информации в количественной парадигме;
— основные методы и техники формирования выборки и анализа текстовых данных в одной из высокопроизводительных программ, предназначенных для контент-анализа.
Уметь:
— применять соответствующие задачам конкретного исследования методы анализа текстовых данных, учитывать их ограничения и качество (валидность и надежность).
Владеть:
— навыками работы в одной из высокопроизводительных программ, предназначенных для контент-анализа;

— навыками составления аналитической записки по результатам контент-анализа.

СТРУКТУРА И ОРГАНИЗАЦИЯ КУРСА: Тематически курс состоит из трех взаимодополняющих разделов, освещающих различные подходы к характеристике функционирования социального анализа в поле журналистики:

— медиасфера, история и журналистика;

— медиасреда как сфера рыночного взаимодействия;

— содержание медиасреды: машинный анализ и интерпретация результатов.

Третий раздел представляет собой практикум, включающий интерактивные лекционных занятия и практические занятия. В разделе рассматриваются общие методологические и методические проблемы, связанные с планированием и проведением анализа содержания коммуникационных потоков. Раздел направлен на ознакомление слушателей с базовыми методами, методиками и техниками анализа текстовой информации, процедурами составления программы соответствующего эмпирического исследования, разработки инструментария. Основная часть раздела посвящена получению базовых навыков работы в высокопроизводительной программе, предназначенной для контент-анализа, и интерпретации результатов.

ФОРМЫ КОНТРОЛЯ Текущий контроль осуществляется через тестовые задания (по одному на каждый раздел), а также оценивание активного участия в семинарских занятиях. Промежуточный контроль включает выполнение контрольной работы.

1 ГОД ОБУЧЕНИЯ • ДИСЦИПЛИНА ПО ВЫБОРУ

СОЦИОЛОГИЯ МОДЫ И МОДНОГО ПОВЕДЕНИЯ

ПРЕПОДАВАТЕЛЬ

ГОФМАН АЛЕКСАНДР БЕНЦИОНОВИЧ, Д.СОЦ.Н., ОРДИНАРНЫЙ ПРОФЕССОР НИУ ВШЭ

ЦЕЛЬ КУРСА: Курс предназначен для совершенствования профессиональных навыков студентов магистратуры, специализирующихся в области социологии и в таких отраслях, как экономическая социология, маркетинг, реклама, политические технологии.

Требования к студентам: Курс "Социология моды" рассчитан на студентов 1-го курса магистратуры и опирается на совокупность знаний, умений, навыков, полученных за время предыдущего обучения, особенно в рамках курсов "Общая социология", "Социальная психология", «Экономическая социология» и «Основы маркетинга».

ЗАДАЧИ КУРСА:

1. Познакомить с одной из важнейших специальных отраслей социологии: социологией моды;
2. Раскрыть специфику социологического взгляда на моду;
3. Определить роль моды в трансформациях современного общества.
4. Привить навыки социологического анализа и практического использования феномена моды в различных областях социальных коммуникаций.

ОБЪЕМ КУРСА 144 часа занятий, из них 28 часов аудиторных занятий (14 ч. – лекции, 14 ч. – семинары).

ФОРМЫ КОНТРОЛЯ Студенты пишут одно эссе по теме курса, согласованной с преподавателем. Курс завершается зачетной контрольной работой.

ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА РЕКЛАМНЫХ КОММУНИКАЦИЙ

ПРЕПОДАВАТЕЛЬ

НАДЕЖДИНА ЕВГЕНИЯ ВЛАДИМИРОВНА, К.КУЛ.Н., ДОЦЕНТ НИУ ВШЭ

ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ КУРСА

В современном мире институт рекламы является одним из доминирующих механизмов воздействия на массовое сознание, служит каналом трансляции культурных норм и ценностей. Развитие рекламного бизнеса в России вызвало потребность в специалистах рекламного дела, инициировало возникновение новых учебных специальностей, учебных курсов по рекламе и маркетингу.

Однако большинство учебных курсов (как и обеспечивающей их учебной литературы) посвящено прикладному аспекту рекламной деятельности и рассматривает вопросы технологии создания рекламы, психологических аспектов ее восприятия, способы воздействия на потенциального потребителя. Реклама представлена как специфическая маркетинговая деятельность, направленная на переведение качества товара или услуги на язык запросов и нужд покупателя. Выдвигается требование соответствия рекламы запросам потребителя, особое внимание уделяется созданию наиболее выигрышных рекламных образов. Коммуникативная и социокультурная функции рекламы если и рассматривается, то как факультативное, сопутствующее явление.

Учебная задача курса. При подготовке студентов по специальности «социология», на наш взгляд, необходим более широкий подход к такому многомерному явлению как реклама. В этом случае недостаточно ограничиться описанием психологических особенностей восприятия рекламы, определением степени ее продуктивности с точки зрения продвижения того или иного товара (услуги).

Цель настоящего курса – проанализировать институт рекламы как особый канал коммуникации и механизм конструирования социальной реальности .

Для этого предполагается описать специфику производства и потребления рекламы с точки зрения теории коммуникации. Такой подход позволит более полно выявить особенности трансакции на всех уровнях функционирования рекламы («реклама – потребитель», «рекламодатель – потребитель», «рекламодатель – криэйтор», «криэйтор – криэйтор»), проанализировать механизмы формирования и трансляции системы ценностей и социально одобренных стилей жизни посредством рекламного сообщения. В ходе курса студенты получат представление об общекультурных и этнокультурных предпосылках становления рекламы, получат навыки структурного анализа рекламных сообщений.

Цель практических занятий – дать представление о работе рекламного агентства и этапах работы криэйтора, освоить различные способы обращения к целевой аудитории.

ФОРМЫ КОНТРОЛЯ Программа курса предусматривает такие формы самостоятельной работы, как написание эссе. Итоговый контроль проводится в виде письменного экзамена.

Текущий и промежуточный контроль:

1. Посещение лекций
2. Посещение семинарских занятий
3. Качество выполнения творческих заданий
4. Домашнее эссе

Итоговый контроль: письменный экзамен

Итоговая оценка:

1. Посещение лекций и семинаров (5%)
2. Обобщающая оценка работы на семинарах (30%)
3. Эссе (25%)
4. Письменный экзамен (40%)

Требования к написанию эссе. Минимальный объем эссе – 18000 знаков (10 страниц), 12 кегль, 1,5 интервал. Эссе оценивается по таким критериям, как постановка проблемы, самостоятельность и оригинальность в изложении материала, четкость выводов. Количество привлекаемых источников – не менее 3.

Форма проведения экзамена. Экзамен проводится в письменной форме. В течение 2 академических часов студентам предлагается ответить на 2 вопроса: теоретический и практический (структурный анализ рекламного сообщения, предложенного преподавателем).

1 ГОД ОБУЧЕНИЯ • ДИСЦИПЛИНА ПО ВЫБОРУ

ТУРИЗМ И ПРОЦЕСС КОНСТРУИРОВАНИЯ РЕАЛЬНОСТИ

ДИСТАНТНЫЙ КУРС В ФОРМАТЕ ОНЛАЙН ТЕЛЕКОНФЕРЕНЦИЙ

ПРЕПОДАВАТЕЛИ

ПОКРОВСКИЙ НИКИТА ЕВГЕНЬЕВИЧ, Д.СОЦ.Н., ОРДИНАРНЫЙ ПРОФЕССОР НИУ ВШЭ
ЧЕРНЯЕВА ТАТЬЯНА ИВАНОВНА, Д.СОЦ.Н., ПРОФЕССОР СГТУ

ЦЕЛИ КУРСА: Курс предполагает достижение двух групп целей – организационно-коммуникативных и учебных. **Организационно-коммуникативные цели** связаны с трансляцией знаний и созданием пространства коммуникации между вузами, что способствует формированию общей исследовательской культуры, социологического видения и профессионального взаимодействия. **Учебные цели** направлены на социологическую рефлексию практик современного туризма как специфических моделей конструирования реальности.

ЗАДАЧИ КУРСА:

- рассмотреть мобильность в зависимости от типа общественного устройства;
- выявить специфику туризма как феномена глобальной потребительской культуры;
- проводить компаративный анализ основных социологических концептов в изучении туризма; понимать их методологические основания;
- анализировать формирование новых *смыслов* туризма, скрывающихся за масштабными формами туристической деятельности,
- деконструировать скрытую мотивацию туристов и раскрывать дискурсы туристских посланий;
- исследовать туристические практики конструирования реальности;
- овладеть методами визуального анализа туристических конструктов;
- разработать обобщенную социологическую модель туризма;
- раскрыть возможные последствия развития туризма;
- понимать перспективы развития туризма.

Применение социально-конструктивистской методологии к исследованию туризма позволяет по-новому осуществить практически ориентированную научную рефлексию сложившихся практик и определить основные направления социального проектирования активности потребителей, в том числе описывать, объяснять и прогнозировать социально

индуцированные представления повседневной практики людей, одновременно включаясь в нее и, тем самым, ее конструируя. Следует отметить: несмотря на то, что конструктивистский подход в наибольшей степени рекурсивен исследованию глокализации туризма, он менее всего используется в работах аналогичной тематики, значительно уступая по популярности традиционным позитивистским программам и выраженному экономическому подходу.

В рамках ***семинарских и практических занятий*** особое внимание уделяется формированию и закреплению навыков аналитической работы: компаративному анализу, синтезу теоретических подходов; повышению теоретической вооруженности, знанию основных парадигм, концептуальных моделей, прояснению значения базовых концептов и связей между ними, всего того, что составляет запас социологической эрудиции. Не менее важной задачей становится формирование интеллектуальной гибкости, умения сопоставлять разные области знания и переносить теоретические схемы и социологическую логику на широкий класс ситуаций, связанных с туризмом. Это достигается путем использования технологий работы в малых группах, группового обсуждения и презентации материалов совместной деятельности; технологий коллажа и проектирования.

Мы исходим из понимания праксического характера дисциплины. Это возможно только при особом структурировании образовательного процесса – выхода за рамки линейной коммуникации «преподаватель–магистрант», где первый выступает носителем абсолютных истин и генеральным оценок, а второй – пассивным получателем информации. В рамках предлагаемого курса залогом успешности становится субъект – субъектная коммуникация, где и преподаватель и магистрант, работая в режиме сотворчества осуществляют совместный интеллектуальный поиск и формируют исследовательские дискурсивные практики. Такой подход был разработан и успешно применен в рамках саратовской школы теории организаций, фокусирующей внимание на методологии и технологии организационного проектирования.

СТРУКТУРА И ОРГАНИЗАЦИЯ КУРСА: Одновременное обсуждение в системе *еженедельных* онлайн телемостов единого перечня тем и проблем группами магистров в двух университетах. Формы обсуждения: (а) онлайн лекции, (б) аналитические дискуссии по тематике заранее прочитанных текстов, (в) презентации и обсуждения мини-проектов участников. Итоговое эссе по проблемам потребления в повседневной жизни (предварительно группы обмениваются своими эссе и обсуждают их на Интернет-форуме).

В курсе предусмотрены теоретические (16 часов), семинарские (8 часов) и практические занятия (8 часов).

ФОРМЫ КОНТРОЛЯ 1) презентация личных и групповых проектов на онлайн занятиях,
2) представление обоим преподавателям текстов исследовательских отчетов и эссе.

1 ГОД ОБУЧЕНИЯ • ДИСЦИПЛИНА ПО ВЫБОРУ

КОРПОРАТИВНАЯ СОЦИАЛЬНАЯ ПОЛИТИКА

ПРЕПОДАВАТЕЛЬ:

РОМАНОВ ПАВЕЛ ВАСИЛЬЕВИЧ, Д.СОЦ.Н., ПРОФЕССОР НИУ ВШЭ

Что такое социальная ответственность компаний – милость богатых или результат новой ситуации на локальных и глобальных рынках? Индивидуальное решение

предпринимателей – или часть новой идеологии и философии управления? Последствия культурного капитализма – или продукт классовой борьбы? Как компании завоевывают признание государства и общества? Ответам на эти непростые вопросы посвящен курс «Корпоративная социальная политика».

ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ КУРСА: В курсе мы будем рассматривать и пытаться применять к анализу социальных процессов в компаниях и вокруг них теории человеческого и социального капиталов, критический анализ позднего капитализма и управления. Особенность занятий состоит в том, что в нем сочетаются социальные теории и экономическая проблематика, социальная критика и приемы практической работы с материалами по оценке эффективности корпоративной социальной, ее предпосылкам, движущим силам, способам реализации и последствиям. Мы вместе разбираем научные подходы, определения и классификации корпоративной социальной политике, чтобы научиться применять их в объяснении наблюдаемых явлений и практической деятельности. Мы деконструируем социальные отчеты и рекламные ролики, чтобы вскрыть кухню по производству образа компании в обществе, изменения таких образов со временем и в зависимости от различных обстоятельств. Этот анализ и обсуждения будут осуществляться с привлечением современных материалов по продвижению позитивных образов компаний в сообществе, в рамках деятельности, связанной со связами с общественностью, производством нефинансовой отчетности. Такие знания и навыки могут быть полезны тем, кто заинтересован в теоретическом анализе современного капитализма и его противоречий, и будущим практикам, занимающимся деятельностью по связям с общественностью.

СТРУКТУРА И ОРГАНИЗАЦИЯ КУРСА: На занятия будут приглашены для встречи с учащимися и презенетации своих материалов представители компаний, некоммерческих организаций, специалисты по профсоюзной работе.

Материалы курса доступны для скачивания в виде pdf файлов презентаций, текстов статей и фрагментов книг на сайте курса, оценка письменной работы сопровождается подробным письменным комментарием и рекомендациями.

Темы занятий

- Социологическая теория о функциях и характеристиках корпоративной социальной политики
- Социальные аспекты развития зарубежной ответственности бизнеса перед обществом
- Институциальный анализ эволюции социальной политики в России
- Корпоративная социальная политика и менеджмент предприятий: социологическая критика
- Инструменты и направления корпоративной социальной политики
- Макрорегуляторы социального развития предприятий в социологической перспективе
- Социологическая оценка эффективности корпоративной социальной политики

ФОРМЫ КОНТРОЛЯ Финальная оценка по курсу будет складываться из трех компонентов:

0,3*А (активность)+0,4*Э(эссе)+0,3*Т(тест)

где активность – это оценка деятельности студента на занятиях и вне их (подготовка презентации, участие в обсуждении тем на форуме курса, работа в дискуссионных группах на занятиях)

1 ГОД ОБУЧЕНИЯ • ДИСЦИПЛИНА ПО ВЫБОРУ

СТРАТЕГИЯ СОЦИАЛЬНЫХ И МАРКЕТИНГОВЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ

ПРЕПОДАВАТЕЛИ

ЛЕКСИН ВЛАДИМИР НИКОЛАЕВИЧ, Д.ЭК.Н., ПРОФЕССОР НИУ ВШЭ, leksinvn@yandex.ru

ХАЙКИН СЕРГЕЙ РОМАНОВИЧ, К.ФИЛ.Н., ПРОФЕССОР НИУ ВШЭ, s.khaikin@gmail.com, khaikin@insomar.ru

ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ КУРСА Целями освоения дисциплины «Стратегия социальных и маркетинговых исследований» являются возможность ознакомить слушателей с базовыми моделями и инструментарием социальных и маркетинговых исследований, а также возможность приобрести навыки постановки задач и использование сп ециального инструментария для решения практических задач. В результате освоения дисциплины студент должен:

- Знать, понимать и уметь применять на практике основные методики ведущих российских и международных организаций на рынке маркетинговых и социальных исследований;

-Уметь избирать оптимальную исследовательскую стратегию, комбинацию методов позволяющих наиболее эффективно решать задачи поставленные рынком;

-Иметь представление (приобрести опыт) об основных направлениях современных исследований и «игроках» на исследовательском рынке: потенциальных заказчиках и исполнителях (исследовательских компаниях);

ФОРМЫ КОНТРОЛЯ: Эссе (5-10 стр.). Реферат (15-20 стр.). Экзамен.

1 ГОД ОБУЧЕНИЯ • ДИСЦИПЛИНА ПО ВЫБОРУ

АНАЛИЗ ГОРОДСКИХ СООБЩЕСТВ

ПРЕПОДПВАТЕЛЬ

АНТОНОВА ВИКТОРИЯ КОНСТАНТИНОВНА , PhD СОЦ.Н., ПРОФЕССОР НИУ ВШЭ

ЦЕЛИ КУРСА: Курс сфокусирован на вопросах социальной организации города, рассматриваются разновидности социальных связей и моделей социальной жизни, свойственных городам и их различным культурным контекстам. Анализ городских со обществ позволяет сосредоточиться на социальной жизни групп и институц иальных структур, территориальных объединений (общин, соседств, сетей взаимодействий), нелокализованных социальных связей, социальных движений, изучая экономические, социокультурные процессы жизни городских сообществ, публичное и приватное в их жизненном пространстве, останавливаясь на исследованиях повседневности социальных групп, рынков, профессий, организаций.

ЗАДАЧИ КУРСА:

- обсудить основные идеи урбанистических исследований, городской антропологии, социологии города;
- выработать у магистрантов представления о подходах различных школ городской социологии и антропологии; специфике исследований городских сообществ;
- помочь студентам овладеть навыками и умениями проведения прикладных социологических исследований городских сообществ на микроуровне и эффективной презентации результатов в различных типах аудиторий, применения критического мышления к разработке и экспертизе программ городского планирования.

СТРУКТУРА И ОРГАНИЗАЦИЯ КУРСА: все материалы курса (ссылки на дидактические материалы и сами эти материалы, задания для семинаров, инструкции к написанию мини-проектов и др.) размещаются на соответствующей страничке курса в Интернет. Учебная литература: частично находится в библиотеке, частично распределяется преподавателем в виде ксерокопий и электронных версий. Приветствуется анализ дополнительной литературы, обращение к источникам в Интернете и к научной периодической печати. Структура типового занятия: 1-я часть – изложение или разъяснение преподавателем теоретического материала (лекция или семинар); 2-я часть – обсуждение магистерских презентаций или обсуждение текстов, самостоятельно изученных магистрантами. Кроме этого, планируется посещение дискуссионных площадок г. Москвы с целью знакомства с современными тенденциями, концепциями, подходами к анализу городских сообществ, городского пространства.

ОБЪЕМ КУРСА: 28 часов: лекции: 14 часов, семинары: 14 часов

ФОРМЫ КОНТРОЛЯ Оценка: посещаемость (20%), работа с текстами / мини-проект (40%), зачет (40%)

1 ГОД ОБУЧЕНИЯ • ДИСЦИПЛИНА ПО ВЫБОРУ

АНАЛИЗ СОЦИАЛЬНОГО ПРОСТРАНСТВА РОССИИ

ПРЕПОДАВАТЕЛИ

ГЛЕЗЕР ОЛЬГА БОРИСОВНА, К.ГЕОГР.Н., ПРЕПОДАВАТЕЛЬ НИУ ВШЭ

НЕФЕДОВА ТАТЬЯНА ГРИГОРЬЕВНА, Д.ГЕОГР.Н., ВЕДУЩИЙ НАУЧНЫЙ СОТРУДНИК ИНСТИТУТ ГЕОГРАФИИ РАН

ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ КУРСА Социальная география изучает пространственные процессы и территориальные формы организации жизни людей прежде всего с точки зрения условий труда, быта, отдыха, развития личности и воспроизводства жизни человека. Объектом исследований социальной географии является как все человечество, так и различные по размеру территориальные общности людей – населенные пункты, регионы, страны. Это очень широкая дисциплина, стержнем которой является изучение территориальных аспектов населения и тех сервисных отраслей экономики, которые раньше назывались сферой обслуживания, а ныне относятся к социальным услугам. Естественно поэтому, что для социальной географии характерна яркая временная и национальная (связанная с особенностями данной страны) специфика.

Целью данного Курса является сформировать представление о социальной неоднородности пространства России и географических факторах формирования социальных структур.

Перечисленные обстоятельства определяют ***учебные задачи*** данного Курса:

– раскрыть различные аспекты взаимосвязи между географической средой и социальными процессами и явлениями на разных территориальных уровнях – федеральном, региональном, локальном;

– представить социальные процессы, идущие в России, в контексте мировых тенденций социально-экономического развития и теорий организации пространства;

– дать характеристику динамики и современного состояния численности и состава населения, а также форм его пространственной организации и образа жизни в разрезе регионов, городской и сельской местности;

– обозначить основные особенности развития социальных услуг и качества населения по регионам и показать усиление социальной неоднородности и социального неравенства в региональном и муниципальном развитии в переходный период и возможные пути преодоления неравенства;

– показать специфику функционирования и социальные особенности местных сообществ в разных географических условиях.

ФОРМЫ КОНТРОЛЯ:

- текущий контроль предполагает выступления с докладами на семинарских занятиях и участие в конференции;
- итоговый контроль проводится в форме зачета (коллоквиум).

W(сем.занятия) = 0,5; W(коллоквиум) = 0,5.

Итоговая оценка выставляется в форме дифференцированного зачета по 10-ти бальной шкале. W(баллов)< 4 является "неудовлетворительной".

1 ГОД ОБУЧЕНИЯ • ДИСЦИПЛИНА ПО ВЫБОРУ

РОССИЙСКОЕ ОБЩЕСТВО: СОЦИАЛЬНО-СИСТЕМНЫЙ АНАЛИЗ

ПРЕПОДАВАТЕЛЬ

ЯВЛИНСКИЙ ГРИГОРИЙ АЛЕКСЕЕВИЧ, Д.ЭК.Н., ПРОФЕССОР НИУ ВШЭ

ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ КУРСА Цель курса состоит в ознакомлении студентов с основным содержанием и концепциями экономических и политических изменений, произошедших в России в конце XX начала XXI века.

СТРУКТУРА И ОРГАНИЗАЦИЯ КУРСА Содержание курса представляет собой политико-социологический анализ российских реформ и сложившихся в результате них общественных отношений. Курс рассматривает взаимовлияние экономических отношений, политической системы и общества. Структура курса выстроена на основе анализа наиболее значимых сюжетов новейшей истории России, позволяющих определить основные черты современных общественных отношений. Курс затрагивает влияние исторического наследия на методы и формы политических и экономических реформ, в том числе, исходя из логики, согласно которой существует институциональная непрерывность и структурная предрасположенность экономики и социальной структуры, предопределяющая существенные особенности перехода общества в новое состояние.

Рассматривается социально-экономическая система, сложившаяся в России в последние двадцать лет, ее характерные черты, возможности, ограничения и проблемы модернизации. Особое внимание уделяется взаимовлиянию политики, экономики и общества.

Осмысление общественных реалий, в которых оказалась Россия, существующие возможности и ограничения, а также сопоставление их с объективными требованиями глобальной внешней среды, в которой существует современное российское общество – основная задача данного курса.

Завершается курс обсуждением возможных альтернатив дальнейшего развития социально-экономической системы России в контексте эволюции процесса глобализации. Специально анализируются проблемы конкурентоспособности современной социально-экономической системы России в современном мире.

ФОРМЫ КОНТРОЛЯ

- текущий контроль: посещаемость занятий
- промежуточный контроль: 1 реферат по курсу
- итоговый контроль: зачет
- итоговая оценка складывается из следующих составляющих: реферат (50%), итоговый зачет (50%)

1 ГОД ОБУЧЕНИЯ • ДИСЦИПЛИНА ПО ВЫБОРУ

THE GLOBALIZATION OF SOCIAL TIME

ДИСТАНТНЫЙ КУРС В ФОРМАТЕ ОНЛАЙН ТЕЛЕКОНФЕРЕНЦИЙ

ПРЕПОДАВАТЕЛИ

ПОКРОВСКИЙ НИКИТА ЕВГЕНЬЕВИЧ, Д.СОЦ.Н., ОРДИНАРНЫЙ ПРОФЕССОР НИУ ВШЭ

ROSA HARTMUT Friedrich-Schiller-University, Jena, Germany (Университет Ф.Шиллера, Йена, Германия)

The aim of the proposed on-line course is to acquire a critical understanding of those worldwide social and cultural processes that are frequently brought together under the banner of ‘Globalization’. The course seeks to explore, analyze and understand these transformative processes from a temporal perspective, i.e., through the theoretical and empirical study of social time. Thus, it seeks to establish an understanding of ‘globalized time’ as a time that is at once condensed (or accelerated), fragmented, commodified, unified, gendered and multi-temporal. The course is based on the observation that the acceleration and globalization of time is experienced similarly in all areas and contexts of the world: In South America as well as in the US, Western Europe or Russia, India or China, South Africa or Australia. The overall goal of the program is to enable students to understand and apply a variety of fundamental theories of globalization to a broad range of social phenomena in their every-day life-worlds and in their life-course.

Advocating a broad transdisciplinary orientation, the course aims to integrate state-of-the-art resources of the sociology of time and of theories and empirical studies of globalization processes in order to facilitate a deep understanding of the multifaceted transformation processes modern societies are going through.

The on-line course is meant to be a kernel for the development of a new research and educational model for investigation into social lives of human beings in any country of the World—thus it includes topics and readings that are relevant in Europe, the Americas, Africa, and Asia. It also includes small-scale observational research tasks that should guide students towards developing their skills of *analytic and critical observation* in culturally structured and diverse open spaces. In addition it involves the skills of so-called *sociological imagination* which helps the students to relate the chain of simple everyday life facts to the main social tendencies of our time.

The focus on social time and everyday social practice allows to find common ground in various research spheres and disciplines and to promote the development of a research standpoint from which all kinds of inquiries may be launched, from fundamental research on basic questions of temporal life to applied projects in public (municipal) administration, business design, and creative arts.

The on-line course explores an advanced level of social and temporal studies starting from the conceptual foundations of Globalization and Social Time. It covers a range of specific topics that are currently on top of the agenda of sociological research, using a variety of case studies from around the world and working with varieties of data types (e.g. narratives, maps, photographs, statistical data) and research methodologies (e.g. observation, experimentation, mapping).

The suggested course potentially can be implemented in any university around the World—and in any collaborative arrangement between universities around the World, especially in a format of videoconferencing. It is based on the collaboration between Higher School of Economics in Moscow, Russia, and Friedrich-Schiller-University in Jena, Germany. It is intended as a standard program for any course on the topic of globalization or the sociology of time in any country around the globe. The use of contemporary technology affords the running of such a course in parallel in various countries—which is the aim of the present course program.

1 ГОД ОБУЧЕНИЯ • ДИСЦИПЛИНА ПО ВЫБОРУ

CULTURES OF DISORDER IN RISK SOCIETY

ДИСТАНТНЫЙ КУРС В ФОРМАТЕ ОНЛАЙН ТЕЛЕКОНФЕРЕНЦИЙ

ПРЕПОДАВАТЕЛИ

ПОКРОВСКИЙ НИКИТА ЕВГЕНЬЕВИЧ, Д.СОЦ.Н., ОРДИНАРНЫЙ ПРОФЕССОР НИУ ВШЭ
ХАРЛАМОВ Н.А. НИУ ВШЭ/Clark University, U.S.A.
VALSINER JAAN Clark University, U.S.A.

ЦЕЛИ КУРСА Значительная часть социологической теории описывает явления стабильного общества. В этой связи курс «Культуры беспорядка в обществе риска» представляется актуальным в ситуации кризиса.

Целью предлагаемого дистантного курса (на английском языке) является критическое представление ведущих современных перспектив изучения в социологии ситуаций нестабильности. Курс характеризует междисциплинарная ориентация и направленность на интеграцию наиболее актуальных ресурсов современной социологии («общество риска», поведение толпы), социологии средств массовой информации (каналы передачи

информации), социология эмоций (анализ чувств), антропологии (миф ическое мышление), культурной психологии (панические настроения), клинической психологии (состояния тревоги, агрессии).

СТРУКТУРА И ОРГАНИЗАЦИЯ КУРСА Концепция предлагаемого курса включает лекции и семинарские занятия с участием зарубежных преподавателей в реальном времени (онлайн и оффлайн занятия), что вкупе с совместным тьюторингом (консультациями по разработке студенческих проектов) на протяжении всего курса технически наиболее приближает студентов к ситуации обычного посещения курса в зарубежном университете. Такой формат позволяет достичь большего, а именно мультикультурной образовательной среды, в которой ресурсы современной социальной науки апробируются в российских условиях и модифицируются для них прямо в ходе обучения.

Стержнем программы курса является сочетание теоретического материала и эмпирических штудий. В основу курса положен вопрос о связи человека с социальными структурами через культуру.

Вводные занятия будут посвящены характеристикам современной общественной жизни: “глобализированному обществу”, “информационному обществу”, “постмодерному обществу”, “обществу потребления”. Поскольку к данным формообразованиям теоретиков подвели определенные социальные изменения, будет показано, роль культур паники в них. Наряду с этим, одной из центральных характеристик современного общества, является нивелирование распределения богатства, поскольку риски преодолевают эти границы («общество риска»). Каковы риски, которые мы преодолеваем в современности?

Для ответа на этот вопрос нам понадобится углубиться в историю, вспомнить узловые события, вызывающие панику: чума в средневековой Европе, страх перед колдовством в колониальной Новой Англии, «холодная война», атипичная пневмония, терроризм и т.д. Но каким образом определенные паники устанавливаются? И каким образом одни существуют перманентно, другие же – уходят? Здесь будут рассмотрены несколько линий:

- Страх перед заболеванием, проблема медикализации общества;
- Проблемы современной городской окружающей среды: преступность, терроризм;
- Роль правительств в регулировании паник: риск-менеджмент;
- Создание пространств безопасности в отношении угроз современности.

Последнему будет уделено особое внимание: почему в центре производства паник оказываются статистически незначимые события, тогда как “реальные” угрозы оказываются на периферии повседневности линии жизни человека?

В ходе курса особый акцент делается на многообразии типов данных и аналитических методов, которые доступны сегодня исследователю информационного пространства – от статистики и карт до фото и видеоматериалов и методов наблюдающего участия.

Форма курса: Одновременное обсуждение в системе еженедельных онлайн телемостов единого перечня тем и проблем группами магистров в двух университетах. Формы обсуждения: (а) онлайн лекции, (б) аналитические дискуссии по тематике заранее прочитанных текстов, (в) презентации и обсуждения мини-проектов участников.

Цикл лекций Я.Валсинера, Н.Е.Покровского и Н.А.Харламова в формате PowerPoint. Ответы магистров на вопросы заданий и их групповое обсуждение в социальной сети. Поиск и размещение магистрами в сети визуальных материалов по заданной теме.

ОБЪЕМ КУРСА 36 часов (по 4 часа в неделю одним блоком; из них 32 час. в онлайне и 4 час. офф-лайн раздельно).

ФОРМА ОТЧЕТНОСТИ Формат курса предполагает выбор магистрами одной двух форм отчетности в течение курса:

1) Еженедельные отчеты и презентация личных и групповых проектов на онлайн занятиях. Для этого магистром или группой магистров отбираются определенные средства массовой информации (газета, телеканал) для выявления профиля культур паники. В этой же связи могут быть использованы в качестве полевого материала онлайн социальные сети (блоги, электронные рассылки, Facebook, Twitter);

2) Практическое конструирование паники о некотором вероятностном случае или опасности в пределах учебного кампуса.

Каждый участник курса (индивидуально или в команде) представляет обоим преподавателям заключительный отчет или эссе в формате статьи для академического журнала.

1 ГОД ОБУЧЕНИЯ • ДИСЦИПЛИНА ПО ВЫБОРУ

THE SOCIOLOGY OF CIVIL SOCIETY, CIVILITY AND THE THIRD SECTOR: MODULE OUTLINE

Module Convenor: Dr. Ruben Flores

Faculty of Sociology
National Research University, Higher School of Economics.

Introduction

This course seeks to offer an introduction to the sociology of civil society and the third sector, two terms which, as the 20th century drew to a close, became the object of much public and academic discussion, but which can be semantically elusive. The course will begin by reflecting upon the meaning of and relationship between these notions, and then go on to explore their sociological significance. In so doing, it will examine their relevance for issues such as social flourishing, democracy, civility, globalisation, and development. A session will be devoted to examining civil society in the 'Russian' context.

Course Assessment

The students are expected to write one essay (3,000-3,500 words). Two versions of the essay are required. The first version of the essay is due by the end of week three, and the second version towards the end of the term. The second essay is expected to incorporate the marker's feedback and be a significantly improved version of the first essay. The idea is that students have the opportunity the work and revise a single piece of work, which they can then turn into a larger research project if they so wish. Students will also have to make a short presentation during seminar time about the topic of their essays.

Seminars.

The first seminar will be devoted to discuss the course expectations regarding coursework. Thereafter, seminars will cover the topic examined during the previous week's lecture (in week 2, the seminar will focus on the materials covered during week 1, and so on). During each seminar, a student will have the responsibility to chair the session and lead the discussion. Students are

strongly advised to attend the seminars, as seminars will provide an opportunity to clarify doubts and discuss ideas which are bound to be relevant for the writing of the two essays.

The final grade is calculated as follows:

Seminar presentation = 10%

First essay = 30%

Second essay = 50%

Essay themes/questions:

Critically evaluate the relationship between civil society, civility and the third sector.

Analyse whether Norbert Elias' theory of the Process of Civilization can illuminate the genesis of civility and civil society, and how this account contrasts with the "social origins theory".

How can civil society and the third sector contribute to social well-being and the process of development broadly construed?

Analyse the ways in which civil society, the third sector and civility can buttress or undermine democracy.

Is civil society a Western concept? How useful is it to analyse and understand Russian society?

Outline the historical development of civil society, civility and the third sector in Russia.

1 ГОД ОБУЧЕНИЯ • ДИСЦИПЛИНА ПО ВЫБОРУ

THE SOCIAL GEOGRAPHIES OF POST-SOCIALIST SOCIETIES

Dr John Round j.round@bham.ac.uk
Faculty of Sociology
National Research University, Higher School of Economics.

Outline

The aim of this module is to explore the everyday outcomes of the collapse of the Soviet Union in Russia and Ukraine. It has a particular emphasis on how individuals/households/communities have adapted to the new forms of market economics that have developed and the coping tactics subsequently constructed to negotiate everyday life. The module begins by taking a political economy approach to examining the collapse of the Soviet Union and the forms of market economies that have developed and how these impact upon society. Then, using the work of Lefebvre and de Certeau, a theoretical approach to exploring everyday life will be developed to provide a framework for topics that follow. The module turns first to discuss the economic and social outcomes of the economic uncertainty caused by the collapse of the Soviet Union in Russia and how people have developed coping tactics in response to them. To explore these issues further the module turns to the thematic issues of the nature of work, ageing and state/society relations in post-socialist societies. To conclude the lecture series the module looks into the future, within the context of Russia's modernization program, by thinking about the new forms of economic development that will occur, and the new spaces this will create, and the impacts this will have on society.

Teaching

There will be 2 hour lecture per week, on the themes detailed below, with a student led seminar based on related readings providing space for wider discussion. For each seminar a student will be nominated to chair the session by posing a series of questions for discussion.

1. Transition vs. Transformation
   - Everyday life in the Soviet Union
   - Gradual versus rapid economic reform
   - The role of international institutions in the creation of post-socialist economies
   - The forms of market economies that developed in Russia
   - The scale and impact of economic marginalisation
   - The role of geography in economic reforms
2. A theory of everyday life?
   - Can we develop a theory of everyday life?
   - Lefebvre's approach to the study of everyday life and the concept of 'floating mists'
   - The social and economic practices of everyday life
   - de Certeau's concepts of the strategies and tactics of everyday life
   - The role of social networks in everyday life
   - The important of place and space in everyday life
3. Coping with economic marginalisation
   - Russia's demographic crisis
   - The reformulation of Soviet era practices of everyday life
   - Creating coping tactics
   - Gender differences in coping with marginalisation
   - The uncertain everyday
   - romanticising the informal economy
   - links between rural and urban life
4. State/society relations in post-Socialist societies
   - Social policy in an evolving form of governance
   - Looking west or east?
   - The shaping of post-socialist identities
   - The impact of corruption on everyday life
   - 'winners' and 'losers'
   - Corruption and everyday life
5. The relationships between formal and informal work
   - Finding work in post socialist states
   - The nature and scale of informal work
   - Does the informal sphere support the formal?
   - State conceptualisations of informal work
   - Can the informal be formalised
   - The barriers to small enterprise development
6. Ageing in post-Socialist societies
   - The changing nature of retirement in post-socialist societies
   - Coping on a 'pension'
   - The working elderly
   - Relationships to Soviet conceptions of ageing
7. The role of 'modernization' on everyday life
   - How does the modernization program impact upon everyday life

- The new spaces of economic development
- New cultural and creative economies
- New urban agendas
- Relations with the EU
- Geographical attempts to solve 'poverty'
- What does the future hold of economically marginalised group

Prior to the exam an overview and revision session will be scheduled.
Reading materials for each module will be provided on a CD-ROM at the beginning of the module.

Assessment

Students will write a 3000 word essay on an aspect of post-socialist society with the topics and structure to be discussed in the seminar series. This will form 40% of the module mark. A further 10% will be awarded on the basis of individual contributions to the seminars and class discussions. The remaining 50% will be assessed in the form of an examination.

Outcomes

By the end of the module students will be able to confidently discuss complex theories of everyday life and the nature of the strategies and tactics of everyday life and to be able to relate them to the various experiences of post-socialist societies. The student will be exposed to a wide range of English language literature and ample time will be provided to discuss these in a seminar setting.

2 ГОД ОБУЧЕНИЯ • ДИСЦИПЛИНА ПО ВЫБОРУ

ПСИХОЛОГИЯ ВОЗДЕЙСТВИЯ В СФЕРЕ СОЦИАЛЬНЫХ КОММУНИКАЦИЙ

ПРЕПОДАВАТЕЛЬ

КОЗЛОВА МАРИЯ АНДРЕЕВНА, К.ИСТ.Н., ДОЦЕНТ НИУ ВШЭ

ЦЕЛИ КУРСА Специалист в области социологии должен обладать не только профессиональными знаниями, но и высокой культурой делового и межличностного общения, подразумевающей способность устанавливать и поддерживать необходимые контакты с другими людьми. Однако традиционные методы подготовки нередко оказывают ся малопригодными для овладения мастерством делового общения. Эти трудности преодолимы в условиях активной групповой подготовки с использованием методов групповой дискуссии и ролевой игры, направленной на повышение социально -психологической компетентности в ходе практических занятий. Курс призван способствовать развитию профессио нального, творческого потенциала студентов и формированию коммуникативной компетентности (открытость диалогу, умение аргументировано отстаивать свою позицию, координировать совместную деятельность). Актуальность включения данного курса в программу подготовки магистров социологии обусловлена возросшими потребностями российского общества в психологическом сопровождении модернизации систем управления разного уровня. Особое внимание уделяется знакомству с методами и методиками исследования в психологии управления, рекламы, в психологии риска и принятия решения.

ЗАДАЧИ КУРСА:

- формирование представлений о закономерностях процессов межличностной коммуникации; ознакомление с многообразием методов и техник психологического воздействия и противостояния воздействию;
- развитие способности творческого использования психологических знаний в решении профессиональных задач;
- формирование понятия о социально-психологическом тренинге, об основных принципах методик совершенствования коммуникативной компетентности;
- овладение индивидуализированными приемами межличностного взаимодействия.

СТРУКТУРА И ОБЪЕМ КУРСА Структура курса включает те проблемы, идеи, концепции, сюжеты, которые позволяют задействовать потенциал психологического знания в профессиональной подготовке социологов. Курс рассчитан на 28 часов лекций и 28 часов семинарских занятий. Руководствуясь общей целью и задачами курса, мы ориентируемся на выработку у слушателей следующего набора компетенций.

Знания:

- о природе психологического воздействия;
- об основных этапах развития психологии воздействия и управления, ведущих концепциях в этой области;
- о новейших научных достижениях в изучении механизмов и закономерностей психологического воздействия, влияния и убеждения в социальном общении;
- о природе взаимодействия и взаимовлияния в группе;
- о природе коммуникативной компетентности и социальной сензитивности;
- о социально-психологическом тренинге и принципах методик совершенствования коммуникативной компетентности;
- о национально-культурных различиях и их влиянии на межличностную и бизнес - коммуникацию;
- о социально-психологических механизмах управления и предпринимательской деятельности.

Умения:

- выделять основные психологические особенности целевых аудиторий;
- планировать механизмы мотивации, этапы и формы
- психологического воздействия на потребителя, рассчитывать показатели психологической эффективности разного рода воздействий, в т.ч. рекламы.
- творческого использования психологических знаний в решении профессиональных задач;

Навыки:

- эффективной коммуникации на межличностном уровне;
- слушания и понимания партнера; снижения эмоционального напряжения у партнера по общению;
- формирование, поддержка и развитие у личности внутреннего локуса контроля;
- разработки стратегии и тактики публичного выступления.
- ведения спора;
- убеждения в различных ситуациях делового общения;
- реализации собственного коммуникативного стиля и преодоления барьеров, мешающих продуктивным действиям.

ФОРМА КОНТРОЛЯ W_1 (эссе) = 0,3; W_2 (работа на семинарских занятиях)=0,3; W_3 (зачет)=0,4.

2 ГОД ОБУЧЕНИЯ • ДИСЦИПЛИНА ПО ВЫБОРУ

ПОЛИТИКА МУЛЬТИКУЛЬТУРАЛИЗМА И МЕЖКУЛЬТУРНЫЕ КОММУНИКАЦИИ

ПРЕПОДАВАТЕЛИ

КОЗЛОВА МАРИЯ АНДРЕЕВНА, К.ИСТ.Н., ДОЦЕНТ НИУ ВШЭ

АНТОНОВА ВИКТОРИЯ КОНСТАНТИНОВНА, PhD СОЦ.Н., ПРОФЕССОР НИУ ВШЭ

ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ КУРСА Курс предназначен для ознакомления магистрантов с современными тенденциями восприятия, выражения анализа и использования культурного разнообразия в условиях глобального мира. Учебные задачи:

1. Сформировать и развить у магистрантов мультикультурные компетенции;
2. Сформировать способность к самостоятельной постановке и анализу актуальных проблем современного поликультурного общества, в т.ч. к организации фундаментальных и прикладных кросс-культурных исследований;
3. Обучить методикам разработки инструментов управления культурным многообразием на организационном уровне;
4. Сформировать навыки анализа мультикультурных практик с позиции органов управления и населения местных сообществ.

СТРУКТУРА И ОРГАНИЗАЦИЯ КУРСА

I часть курса: институциональный уровень анализа

Предполагается дать аудитории представление о мультикультурализме как идеологии, системе норм и ценностей, и политике, проводимой государством. Для этого будут рассмотрены мультикультурные практики в сфере социальной политики США, Канады и Великобритании. Будет дана оценка деятельности общественных и неправительственных организаций в части продвижения мультикультурализма или его критики. Предполагается обсуждение процесса и некоторых актуальных результатов реализации политики мультикультурализма в странах Северной Америки и Европы.

II часть курса: межличностный уровень анализа

Предполагается рассмотреть такие проблемы как психологическая адаптация инокультурных мигрантов, профилактика этнического и религиозного экстремизма, формирование этнокультурной компетентности в ситуациях межкультурного взаимодействия в разных сферах жизни общества. Значимую позицию в логике построения курса занимает также межкультурная коммуникации в сфере бизнеса.

ОБЪЕМ КУРСА Курс охватывает 4-ый модуль. Он рассчитан на 56 часов занятий, из них 28 ч. – лекции, 28 ч. – семинары. Распределение учебной нагрузки между Козловой М.А. и Антоновой В.К. – 50% : 50%.

ФОРМЫ КОНТРОЛЯ Магистранты делают презентации групповых мини-исследований с возможным включением раздела на английском языке. Итоговая оценка по дисциплине складывается из трех компонент: посещаемость – 10%, выступления на семинарских занятиях – 40%, мини-исследование – 50%.

2 ГОД ОБУЧЕНИЯ • ДИСЦИПЛИНА ПО ВЫБОРУ

ПРИРОДНЫЕ ФАКТОРЫ СОЦИАЛЬНЫХ ИЗМЕНЕНИЙ

ПРЕПОДАВАТЕЛЬ

ПОКРОВСКИЙ НИКИТА ЕВГЕНЬЕВИЧ, Д.СОЦ.Н., ОРДИНАРНЫЙ ПРОФЕССОР НИУ ВШЭ

ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ КУРСА Данный курс читается магистрам факультета социологии НИИ ВШЭ на паритетных началах с Байкальским университетом экономики и права в г. Иркутске и при участии проф.Ральфа Мэтьюза (Университет Британской Колумбии, Канада). Курс посвящен рассмотрению широкого спектра вопросов изменения окружающей среды в их воздействии на жизнедеятельность сообществ. Цель курса: Создать единое «дистантное» (виртуальное) учебно-научное пространство, включающее и объединяющее трех научные школы изучения социальной теории.

Задачи: Стимулировать научный интерес у магистров к фундаментальным социологическим исследованиям в области социальных изменений на микро- и макроуровнях, связанных с динамикой окружающей природной среды в различных регионах мира – на Байкале, на Тихоокеанском побережье и в арктических районах Канады. Научить магистров умению «читать» тексты и дискурсы окружающей жизни и уметь их интерпретировать с помощью «социологического воображения». Рассмотреть модели социального взаимодействия природного капитала и человеческих ресурсов. Этнические группы коренного населения в России и Канаде под воздействием изменений природной среды.

СТРУКТУРА КУРСА

ТЕМА 1. Формирование инвайронментальной социологии

ТЕМА 2. Общество риска в экосистемной среде

ТЕМА 3. Экосистемные услуги и механизмы их компенсации

ТЕМА 4. Модернизация и ее экосистемные аспекты

ТЕМА 5. Экологические движения

ТЕМА 6. СМИ и формирование общественного мнения по вопросам экологии

ТЕМА 7. Case Study I. Регион озера Байкал как социоэкологическая проблема

ТЕМА 8. Case Study II. «Угорский проект» в Костромской области; местные сообщества в контексте развития инвайронментальнтальной ситуации.

ФОРМЫ КОНТРОЛЯ: итоговое эссе. Эссе должно составлять не менее 1000 слов и оценивается по следующим критериям:

5) самостоятельность подхода к теме
6) умение выделить объект, предмет, сформулировать проблемы, рассматриваемые в эссе
7) уровень аргументации
8) знание литературы

2 ГОД ОБУЧЕНИЯ • ДИСЦИПЛИНА ПО ВЫБОРУ

СОЦИОЛОГИЯ ОБЩЕСТВЕННЫХ ДВИЖЕНИЙ

ПРЕПОДАВАТЕЛИ

КАРИН КЛЕМАН, PhD соц.н., СТАРШИЙ ПРЕПОДАВАТЕЛЬ ГАУГН
КЛИМОВ ИВАН АЛЕКСАНДРОВИЧ, К.СОЦ.Н., ДОЦЕНТ НИУ ВШЭ
АНТОНОВА ВИКТОРИЯ КОНСТАНТИНОВНА, PhD СОЦ.Н., ПРОФЕССОР НИУ ВШЭ

СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ КУРСА

ТЕМА 1. Основные теоретические подходы и методы изучения социальных движений

Обзор основных теоретических подходов к изучению коллективных действий и социальных движений. Чем они отличаются, как их применять, какие аспекты они помогают объяснить. Отметим, что современные исследования используют многофакторный теоретический подход.

ТЕМА 2. Макросоциологический анализ: движение льготников, городские движения, рабочее движение

Анализ трех значимых – с точки зрения активизации «обывателей» – социальных движения: фактологическая информация, а также анализ действующих лиц, структуризации, мотиваций, проблем, целей, эволюции во времени, методов действий и результатов, взаимоотношений с контрагентами, процесса (де) институционализации. Вопрос об объединительных и разъединяющих динамиках.

ТЕМА 3. Микросоциологический анализ: домком, стачком, инициативная группа

Этносоциологический анализ сообществ активизировавшихся людей или случаев мобилизации (кейс-стади). Начало процесса активизации: как люди вовлекаются в коллективные действия. Проблемная ситуация, мотивации, рефрейминг, конфликт, доверие, роль лидеров, институционализации активистских практик. Проблема перехода от частного и близкого к общему, от близкого обыденного к общему благу, формирования солидарного сообщества, действий и противодействий.

ТЕМА 4. Модели объяснения процессов социальной мобилизации.

Основные подходы к проработке понятия. Скрытые описательные дихотомии. Попытки объединения исследований микро-уровня и макросоциологических объяснений природы мобилизаций. Социальные движения и мобилизации в активистской социологии (А. Этциони, Э. Гидденс, П. Штомпка, М. Арчер). Парадигма идентичности в исследованиях социальных движений: борьба за "самость" (От А. Камю до. Р.Дженкинса). Социальный конструкционизм и социальные медиа: мобилизация как логика сюжетной актуализации еретической идеи (Ж. Сорель, Г. Блумер, М. Спектор, Дж. Китьсьюз, Б. Доусон, А. Магун, И. Смирнов). Социология войны и ее вклад в теории мобилизации, мобилизация как формирование "тотальностей" (Э. Юнгер, К. Шмитт, К. Клаузевиц)

ТЕМА 5. Общественные движения и власть

Взгляд на самоорганизацию общества с позиции парадигмы новых социальных движений (Э. Гидденс, М. Вивьерка, М. Кастельс). Муниципальные и региональные властные институты и их взаимоотношение с локальными и национальными общественными движениями. Модель совещательной демократии (Э.Гутман, Д. Томпсон, Д. Фишкин) Гражданское участие как потенциал развития местного сообщества (Халий И., Ядов В., Здравомыслова Е.). Волонтерство в России: направления, идеи, лидеры.

2 ГОД ОБУЧЕНИЯ • ДИСЦИПЛИНА ПО ВЫБОРУ

СИСТЕМНАЯ ДИАГНОСТИКА СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ ПРОЦЕССОВ И ПРОБЛЕМ

ПРЕПОДАВАТЕЛИ

ЛЕКСИН ВЛАДИМИР НИКОЛАЕВИЧ, Д.ЭК.Н., ПРОФЕССОР НИУ ВШЭ leksinvn@yandex.ru
ХАЙКИН СЕРГЕЙ РОМАНОВИЧ, К.ФИЛ.Н., ПРОФЕССОР НИУ ВШЭ, s.khaikin@gmail.com, khaikin@insomar.ru

ЦЕЛЬ КУРСА Актуальность проведения занятий по курсу «Системная диагностика социально-экономических процессов и проблем» определяется тем, что, получая знания по специализированным дисциплинам магистерских программ, студенты оказываются не всегда подготовленными к прикладной интеграции полученных знаний для всесторонних представлений о сути экономически, социально и политически значимых проблем и процессов, определяющих пространство их будущей деятельности. В экспертном сообществе давно утвердилось мнение о том, что ошибки в принятии решений более, чем на 50% связаны с неверным (неточным, несистемным) диагнозом исходного состояния предмета этих решений (до 70% в медицине, более 50% в экономических и до 70% в метеорологических прогнозах, более 50% в военном деле, до 85% в выборе электоральных стратегий, более 60% при тактическом бизнес-планировании и т.п.). Предлагаемый курс ориентирован на снижение этих ошибок за счет использования специфической методологии системной диагностики социально-экономических процессов и проблем.

СТРУКТУРА КУРСА Курс «Системная диагностики социально-экономических процессов и проблем» состоит из двух частей. В первой – обосновывается общая методология системной диагностики во второй – на конкретных примерах рассматриваются практические возможности использования указанной методологии для диагностирования ряда общественно значимых социально-экономических процессов и проблем. Курс «Системная диагностика социально-экономических процессов и проблем» является экспериментальным, читается впервые, не имеет аналогов в других ВУЗах и, в связи с этим, в ходе первых занятий могут быть уточнены его программа и перечень обязательной и дополнительной литературы

ФОРМЫ КОНТРОЛЯ Эссе (5-10 стр.). Реферат (15-20 стр.). Экзамен.

**ПРОГРАММЫ ВСЕХ ДИСЦИПЛИН КАФЕДРЫ,
НОВОСТНАЯ ЛЕНТА, АХИВ ВИДЕО-, АУДИО- И ФОТОМАТЕРИАЛОВ,
ОБРАТНАЯ СВЯЗЬ**

ОФИЦИАЛЬНЫЕ СТРАНИЦЫ КАФЕДРЫ

http://soc.**hse**.ru/gsoc/

http://**vkontakte**.ru/public26703079

АДРЕС 125319 Москва Кочновский пр., д.3, кб. 436.
ТЕЛЕФОН(499) 152-41-35, (499) 152-02-31
E-MAIL **officesociolog@ya.ru**