**Правительство Российской Федерации**

**Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего профессионального образования   
Национальный исследовательский университет   
"Высшая школа экономики"**

Факультет коммуникации, медиа и дизайна

Департамент медиа

Программа дисциплины

**Теория медиакоммуникаций**

Часть 1. Теория медиа

Часть 2. Теория журналистики

для направления 42.03.02 «Журналистика» подготовки бакалавра

Авторы программы:

Ним Е.Г., к.социол.н., доцент департамента медиа, [enim@hse.ru](mailto:enim@hse.ru)

Шевелев Г.А., к. ист. н., профессор департамента медиа, gshevelev@hse.ru

Одобрена на заседании департамента медиа «\_\_\_»\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 2015 г.

Руководитель департамента И.В. Кирия\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ [подпись]

Рекомендована Академическим советом образовательной программы

«\_\_\_»\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 2015 г., № протокола\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Утверждена «\_\_\_»\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 2015 г.

Академический руководитель образовательной программы

С.А. Шомова \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ [подпись]

Москва, 2015

*Настоящая программа не может быть использована другими подразделениями*

*университета и другими вузами без разрешения департамента-разработчика программы*

**1.** **Область применения и нормативные ссылки**

Настоящая программа учебной дисциплины устанавливает минимальные требования к знаниям и умениям студента и определяет содержание и виды учебных занятий и отчетности.

Программа предназначена для преподавателей, ведущих данную дисциплину, учебных ассистентов и студентов направления 42.03.02 «Журналистика» подготовки бакалавра, изучающих дисциплину «Теория медиакоммуникаций».

Программа разработана в соответствии с:

* Стандартом НИУ ВШЭ по направлению подготовки 42.03.02 «Журналистика»;
* Образовательной программой по направлению 42.03.02 «Журналистика»;
* Рабочими учебными планами университета по направлению подготовки 42.03.02 «Журналистика», утвержденными в 2014 и 2015 гг.

# 2. Цели освоения дисциплины

Целями освоения дисциплины «Теория медиакоммуникаций» являются:

* сформировать у студентов комплексное представление о современных теоретических подходах к изучению медиакоммуникаций;
* показать значимость междисциплинарного знания в области медиаисследований;
* научить использовать теории медиакоммуникаций в качестве концептуальной рамки для анализа процессов, происходящих в сфере медиа;
* сформировать представление о журналистике как социальном институте, системе СМИ и творческой деятельности

# 3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

В результате освоения дисциплины студент должен:

**Знать**

* базовые категории теории медиакоммуникации; существующие подходы к классификации теорий медиа;
* основные парадигмы и концепции, раскрывающие природу, функции и механизмы влияния медиа; перспективы и ограничения этих теоретических подходов;
* функции теории как формы знания и конвенциональные критерии определения «хорошей» теории в социальных науках;
* место и роль журналистики в современном обществе, основные профессиональные ценности и круг обязанностей;
* специфику различных средств массовой информации (прессы, радиовещания, телевидения, новых медиа);
* источники и методы получения информации и работы с ней;
* основные жанры журналистики;
* основные проблемно-тематические направления контента СМИ.

**Уметь**

* оценивать и сопоставлять различные теории медиакоммуникаций, подвергать их критической рефлексии;
* применять изученные теоретические подходы и модели к анализу медиакоммуникаций в современном обществе;
* анализировать структуру современных СМИ, их особенности и возможности во взаимоотношении с обществом;
* определять актуальность событий и явлений общественной жизни для реализации в журналистских произведениях;
* оценивать достоверность журналистской информации;
* оценивать качественный уровень периодических изданий, радио-, телевизионного контента.

**Иметь навыки (приобрести опыт)**

* использования концепций медиакоммуникации в качестве теоретической базы исследования (при написании эссе, курсовых работ и ВКР);
* применения знаний теорий медиакоммуникации в научных и общественных дискуссиях, затрагивающих роль медиа в современном обществе.
* работы с источниками информации, определения их ценности для соответствующих видов СМИ и их конкретных изданий;
* в выборе наиболее оптимальных творческих решений для реализации журналистских задач;
* анализа и оценки контента отдельных СМИ, видеть и предлагать возможные пути их развития.

В результате освоения дисциплины студент осваивает следующие компетенции:

| Компетенция | Код по ОС  2015 | Дескрипторы – основные признаки освоения (показатели достижения результата) | Формы и методы обучения, способствующие формированию и развитию компетенции |
| --- | --- | --- | --- |
| Способен учиться, приобретать новые знания, умения, в том числе в области, отличной от профессиональной | УК-1 | * Использует словарь различных научных парадигм для описания проблем и ситуаций в профессиональной сфере * Интерпретирует современные медиа-феномены в контексте различных теорий общества, культуры и медиа | * Чтение основной и дополнительной литературы * Дискуссии на семинарах |
| Способен выявлять научную сущность проблем в профессиональной области | УК-2 | * Воспроизводит ключевые положения научных теорий медиа * Определяет проблемные ситуации медиаотрасли в терминах теорий медиа * Интерпретирует и критически оценивает медийный опыт в рамках различных парадигм медиаисследований * Способен оценить релевантность той или иной теории медиа для описания и объяснения различных медиа-феноменов | * Чтение основной и дополнительной литературы * Дискуссии на семинарах * Домашнее задание * Эссе |
| Способен ориентироваться в основных мировых тенденциях развития медиа-отрасли (содержательных и технологических), отличать и верифицировать источники информации, профессиональные тексты различной направленности и задач | ПК-4 | * Воспроизводит теории медиа, описывающие мировые тенденции развития медиаотрасли * Интерпретирует тенденции развития медиаотрасли, опираясь на положения теорий медиа * Анализирует источники информации и профессиональные тексты с точки зрения различных теорий медиа | * Чтение основной и дополнительной литературы * Дискуссии на семинарах |
| Способен принимать решения, опираясь на современные реалии функционирования системы СМИ в России, а также особенности ее инфраструктуры | ПК-5 | * Понимает принципы функционирования системы СМИ * Оценивает условия функционирования современных СМИ в контексте теории медиа | * Чтение основной и дополнительной литературы * Дискуссии на семинарах * Практическая работа |
| Способен правильно определять и учитывать особенности аудитории в процессе потребления и производства массовой информации | ПК-8 | * Дает определение аудитории и ее различным типам, распознает основные характеристики аудитории * Применяет язык медиаисследований, описывая деятельность медиа и поведение аудитории * Знает ключевые теории эффектов воздействия медиа на аудиторию, основные методы ее изучения * Понимает масштабы и эффекты влияния медиа на жизнь индивидов, групп, институтов, социума, мирового сообщества | * Чтение основной и дополнительной литературы * Дискуссии на семинарах |
| Способен грамотно работать с источниками информации, включая ее сбор (интервью, наблюдения, работа с документами), селекцию, проверку и анализ | ПК-11 | * Способен находить информацию о теориях МК, используя различные источники (библиотечные каталоги, электронные базы данных) * Понимает связь теорий медиа с различными методами медиаисследований, включая методы сбора, анализа и представления данных | * Чтение основной и дополнительной литературы * Дискуссии на семинарах * Домашнее задание |
| Способен создавать журналистские публикации, учитывая особенности их содержательной и структурно-композиционной специфики, задач и методов, технологии и техники производства, а также требования качественной подачи информации (точность, достоверность, наличие ссылок на источники, разграничение фактов и мнений, плюрализм в представлении точек зрения и т.д.) | ПК-12 | * Знает основные жанры журналистских произведений, их целевые характеристики, внутреннюю структуру и технологию создания * Владеет знанием источников информации, способами сбора и анализа фактического материала * Умеет учитывать интересы аудитории своего издания, понимает задачи редакционной политики | * Чтение основной и дополнительной литературы * Дискуссии на семинарах * Практическое задание: анализ качественной прессы |
| Способен адекватно профессиональной задаче выбирать форматы печатных изданий, теле-, радиопрограмм, Интернет СМИ и мобильных медиа, жанровую и стилевую специфику | ПК-13 | * Изучил систему отечественных СМИ, специфику их функционирования и степень влияния на общество * Владеет анализом контента основных видов СМИ |  |
| Способен участвовать в научном исследовании в сфере медиа | ПК-15 | * Воспроизводит основные теории медиа, распознает соответствующие им ключевые тексты * Демонстрирует знание классификаций теорий медиа (исследовательских парадигм) * Применяет теории медиа для описания и объяснения процессов, происходящих в сфере медиа и обществе в целом * Использует знание теорий медиа при написании исследовательских работ (эссе, докладов, курсовых работ) | * Чтение основной и дополнительной литературы * Дискуссии на семинарах * Домашнее задание * Эссе |
| Способен выбирать и формулировать актуальную тему материала, сформировать замысел (или сделать сценарную разработку), определить дальнейший ход работы | ПК-16 | * Имеет представление и понимание актуальности журналистского материала применительно к целям и задачам соответствующего СМИ и его аудитории * Понимает взаимосвязь избираемой для публикации темы и формы (жанра) её реализации | * Чтение основной и дополнительной литературы * Практическое задание |

# 4. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Настоящая дисциплина относится к профессиональному циклу дисциплин, базовой части (Б.ПЦ.Б.).

Изучение данной дисциплины базируется на следующих дисциплинах:

* Философия
* Социология

Для освоения учебной дисциплины, студенты должны владеть следующими знаниями и компетенциями:

* Знание ключевых понятий, тем, имен и концепций современной философии;
* Знание основных понятий, проблемных областей, теорий и методов социологии.

Основные положения дисциплины должны быть использованы в дальнейшем при изучении следующих дисциплин:

* НИС «Исследование медиа-процессов»
* Медиаграмотность
* Технология работы журналиста

Дисциплина «Теория медиакоммуникаций» читается на первом и втором году обучения студентов. Она рассчитана на 304 часа, из них аудиторных – 44 часа на первом курсе и 60 часов на втором. Текущий контроль осуществляется посредством выполнения домашнего задания и эссе, промежуточный и итоговый контроль – в форме экзамена.

# 5. Тематический план учебной дисциплины

| № | **Название раздела, темы** | Всего часов | Аудиторные часы | | Самостоя­тельная работа |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Лекции | Семинары |
| *1 курс (4 модуль)* | | | | | |
| **Часть 1. Теория медиа** | | | | | |
| 1 | **Введение в теорию медиакоммуникаций**  Базовые категории: коммуникация, массовые коммуникации, медиа, медиакоммуникации  Теория: понятие, функции, критерии качества  Подходы к классификации теорий медиа  Ключевые темы современной теории медиа | 16 | 4 | 2 | 10 |
| 2 | **Нормативные и «внутрицеховые» теории медиа**  «Четыре теории прессы»  Современные нормативные модели медиа  Теории гейткипинга в медиасфере  Теории новостных ценностей  Исследования социализации журналистов | 28 | 4 | 4 | 20 |
| 3 | **Психологические теории медиавоздействия**  Этапы изучения эффектов медиавоздействия  Теории пропаганды  Теории ограниченных медиаэффектов  Современные теории медиавоздействия  Основные направления исследований медиавоздействия | 44 | 4 | 10 | 30 |
| 4 | **Структурный функционализм и системный**  **анализ медиа**  Категории структурного функционализма  Массмедиа как социальный институт  Функции и дисфункции массмедиа  Массмедиа и социодинамика культуры  Коммуникации и медиа в теории самореферентных социальных систем | 32 | 4 | 4 | 24 |
| 5 | **Культурно-критические теории медиа**  Марксизм, критическая теория и медиа  Теория коммодификации культуры  Концепции гегемонии и идеологии  Концепция символической власти  Влияние медиакультуры и медиаграмотность | 32 | 4 | 4 | 24 |
|  | Итого (1 год) | ***152*** | ***20*** | ***24*** | ***108*** |
| *2 курс (1-2 модуль)* | | | | | |
| 6 | **Интерпретативные теории медиа**  Массмедиа и социальное конструирование реальности  Медиа в контексте семиотики и структурализма  Теории дискурса и критический дискурс-анализ | 30 | 4 | 6 | 20 |
| 7 | **Теории информационного общества и**  **глобализации**  Информационное общество: понятие и классификация теорий  Теории постиндустриализма / постмодернизма  Теории непрерывной информатизации общества  Кибероптимизм vs киберскептицизм | 30 | 4 | 6 | 20 |
| 8 | **Специальные теории медиа**  Теории медиации vs теории медиатизации  Теории медиапространства  Теории медиасобытий и медиаритуалов  Теории медиатизации социальных движений | 30 | 4 | 6 | 20 |
| **Часть 2. Теория журналистики** | | | | | |
| *2 курс (3 модуль)* | | | | | |
| 9 | **Предмет теории журналистики**  Область изучения. Основные категории  Журналистика как социальный институт общества  Сфера деятельности журналистики – массовая информация  Функциональные задачи журналистики  Журналистика как фактор «социального управления» (Е.Прохоров). Журналистика как «четвёртая власть» | 22 | 4 | 6 | 12 |
| 10 | **Личностно-профессиональная модель профессии** | 16 | 4 | 4 | 8 |
| 11 | **Виды СМИ**  Сходства и различия. Механизм управления и функционирования | 8 | 2 | 2 | 4 |
| 12 | **Контент СМИ**  Основные проблемно-тематические направления контента СМИ.Система журналистских жанров | 16 | 2 | 6 | 8 |
|  | Итого (2 год) | ***152*** | ***24*** | ***36*** | ***92*** |
|  | **Итого (весь курс):** | **304** | **44** | **60** | **200** |

# 6. Формы контроля знаний студентов

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Тип контроля** | **Форма контроля** | **1 год** | **2 год** | | | **Параметры** |
| 4 | 1 | 2 | 3 |
| Текущий | Домашнее задание | \* |  |  |  | 1 тыс. слов |
| Эссе |  |  | \* |  | 2 тыс. слов |
| Промежу­точный | Экзамен | \* |  |  |  | Письменный тест,  20 заданий |
| Итоговый | Экзамен |  |  |  | \* | Письменная работа |

Домашнее задание / эссе выполняется в течение учебного модуля и сдается преподавателю за две недели до начала экзаменационной сессии.

## 6.1. Критерии оценки знаний, навыков

***Текущий контроль: домашнее задание и эссе***

Домашнее задание / эссе представляет собой письменную работу на одну из заданных преподавателем тем. При оценке письменных работ учитываются:

* самостоятельность работы
* новизна и оригинальность работы
* релевантность используемых источников
* аналитические, исследовательские навыки
* структура, логика, грамотность и стиль изложения
* соответствие требованиям оформления работы
* соблюдение объема и сроков сдачи работы

Максимальная оценка за домашнее задание / эссе: 10 баллов.

***Промежуточный контроль: экзамен***

Экзамен проводится в виде письменного теста, включающего только закрытые вопросы. Преподаватель готовит 4 варианта тестовых заданий, каждый вариант включает порядка 15-20 заданий. Тест составляется на основе контрольных вопросов, проверяющих качество освоения дисциплины. Максимальная оценка за выполнение теста: 10 баллов.

***Итоговый контроль: экзамен***

Итоговый экзамен проводится в виде письменного теста, включающего как закрытые, так и открытые вопросы. Каждый вариант теста включает порядка 20-25 заданий, охватывающих проблематику всего курса. Тест составляется на основе контрольных вопросов, проверяющих качество освоения дисциплины. Максимальная оценка за выполнение теста: 10 баллов. Возможно проведение экзамена в виде письменной работы иного характера.

## 6.2. Порядок формирования оценок по дисциплине

***За 1 год обучения:***

О*промежуточная1* = Оп\*0,1 + Осем\*0,2 + Од\*0,2 + Опромеж.экз\*0,5

# Где:

# Оп – посещаемость семинаров (количество посещенных занятий в процентах / 10)

Осем – активность на семинарах (по 10-балльной шкале, среднее арифметическое)

# Од – оценка за домашнее задание (по 10-бальной шкале)

# Опромеж.экз – оценка за промежуточный экзамен (по 10-бальной шкале)

***За 2 год обучения:***

1 модуль

О*накопленная1* = Оп\*0,5 + Осем\*0,5

# Где:

# Оп – посещаемость семинаров (количество посещенных занятий в процентах / 10)

Осем – активность на семинарах (по 10-балльной шкале)

2 модуль

О*накопленная2* = Оп\*0,2 + Осем\*0,4 + Оэ\*0,4

# Где:

# Оп – посещаемость семинаров (количество посещенных занятий в процентах / 10)

Осем – активность на семинарах (по 10-балльной шкале)

# Оэ – оценка за эссе (по 10-бальной шкале)

3 модуль

***Результирующая оценка:***

*Орезульт* ***=*** 0,6 \* (О*накопленная1+* О*накопленная2 +*О*накопленная3*) + 0,4\*Оитог.экз

3

Действует способ округления накопленной оценки промежуточного (итогового) контроля (при значениях от 0,1 до 0,4 оценка округляется в меньшую сторону, при значениях от 0,5 до 0,9 – в большую).

ВНИМАНИЕ: оценка за итоговый контроль **блокирующая,** при неудовлетворительной итоговой оценке она равна результирующей.

# 7. Содержание дисциплины

| № | **Название раздела, темы** |
| --- | --- |
|
| ***1 курс (4 модуль)*** | |
| **1** | **Введение в теорию медиакоммуникаций** (6 часов, лекция 4 / семинар 2) |
| 1.1. | *Базовые категории: коммуникация, массовые коммуникации, медиа,*  *медиакоммуникации*  Понятие и уровни социальной коммуникации («пирамида» Д. Макуэйла). Модели коммуникации. Семь подходов к пониманию коммуникации (Р. Крейг). Основные формы коммуникации: жест, изображение, речь и письменность.  Ключевые этапы развития средств коммуникации. Определение и характеристики  массовой коммуникации. Соотношение СМК и СМИ. Роль массмедиа в жизни общества и человека.  Генезис понятия «медиа» и современные значения. Типологии медиа. Появление новых форм опосредованной коммуникации. Актуальность термина «медиакоммуникации». Характеристики медиакоммуникации в 21 веке. |
| 1.2. | *Теория: понятие, функции, критерии качества*  Понятие и характеристики теории. Функции теории. Конвенциональные критерии для идентификации «хорошей» теории. Типы научных теорий. Отличие научной теории от мифа, догмы, философской концепции и прикладных «теорий». Понятие научной парадигмы и ключевые парадигмы социальных наук. |
| 1.3. | *Подходы к классификации теорий медиа*  Классификации теорий МК по принадлежности к научным дисциплинам; по объектам / направлениям исследования; по исследовательским парадигмам.  Классификация теорий МК Д. Макуэйла (социально-научные, культурные, нормативные, «внутрицеховые», «повседневные»). Ограничения классификаций теорий медиа. |
| 1.4. | *Ключевые темы современной теории медиакоммуникаций*  Ключевые категории и вопросы современных медиаисследований (Д. Макуэйл).  Российские и зарубежные научные журналы по медиа и коммуникациям. |
| **Литература по 1 разделу**  **Основная литература**   1. Гавра Д.П. Основы теории коммуникации. СПб.: Питер, 2011. 2. Назаров М.М. Массовая коммуникация и общество. Введение в теорию и исследования. М.: URSS, 2010*.* 3. McQuail, D. (2010) *McQuail's mass communication theory*, Los Angeles: SAGE Publications.   **Дополнительная литература**   1. Бакулев Г.П. Массовая коммуникация: западные теории и концепции. М.: Аспект Пресс, 2010. 2. Почепцов Г.Г. Медиа: теория массовых коммуникаций. Киев: Альтерпрес, 2008. 3. Шарков Ф.И. Коммуникология: социология массовой коммуникации: Учебное пособие. М.: Дашков и К°, 2010. 4. Шаповалов В.Ф. Являются ли «масс-медиа» средствами коммуникации? Опыт теоретической деконструкции // Медиаскоп. 2009. №2. URL: <http://mediascope.ru/node/358> 5. Hanson, R.E. (2014) *Mass communication,* Los Angeles [etc.]: SAGE Publications. | |
| **2** | **Нормативные и «внутрицеховые» теории медиа** (8 часов, лекции 4 / семинары 4) |
| 2.1. | *«Четыре теории прессы»*  Проблема взаимодействия СМИ и общества. «Четыре теории прессы» (Ф. Сиберт, У. Шрамм, Т. Питерсон). Политические и социально-философские детерминанты нормативных моделей прессы. Авторитарная теория. Либертарианская теория. Теория социальной ответственности. Советская коммунистическая теория. Сравнительный анализ четырех теорий прессы. |
| 2.2. | *Современные нормативные модели медиа*  Теория для медиа периода развития. Теория демократического участия. Нормативная модель Д. Макуэйла. Проблема реализации нормативных принципов в практической деятельности СМИ. |
| 2.3. | *Теории гейткипинга в медиасфере*  Понятие гейткипинга (К. Левин). Журналисты как «привратники». Факторы, влияющие на процесс гейткипинга в сфере медиа. Внутренний и внешний гейткипинг. Специфика гейткипинга в печатных, электронных и сетевых медиа. Внешние «привратники» (правительство, источник информации, рекламодатель, потребитель, группы давления). |
| 2.4. | *Теории новостных ценностей*  Понятие новостной ценности (У. Липпман). Критерии отбора событий в качестве новостей (J. Galtung, M. Ruge, P. Schlesinger, A. Bell). Почему плохие новости – хорошие новости. Различие новостных ценностей для стран «первого», «второго» и «третьего» мира (J. Lule). |
| 2.5. | *Исследования социализации журналистов*  Понятие и теории социализации. Исследования профессиональной социализации журналистов. |
| **Литература по 2 разделу**  **Основная литература**   1. Назаров М.М. Массовая коммуникация и общество. Введение в теорию и исследования. М.: URSS, 2010*.* 2. McQuail, D. (2010) *McQuail's mass communication theory*, Los Angeles: SAGE Publications.   **Дополнительная литература**   1. Дьякова Е.Г., Трахтенберг А.Д. Массовая коммуникация и проблема конструирования реальности: анализ основных теоретических подходов. Екатеринбург: УрО РАН, 1999. 2. Маккуэйл Д. Массовая коммуникация и общественный интерес: к вопросу о социальной теории структуры и функционирования медиа: Пер. с англ. / Назаров М.М. Массовая коммуникация в современном мире. М.: Аванти Плюс, 2004. С. 297–308. 3. Почепцов Г.Г. Медиа: теория массовых коммуникаций. Киев: Альтерпрес, 2008. 4. Сиберт Ф.С., Питерсон Т., Шрамм У. Четыре теории прессы. М.: Нац. ин-т прессы, Вагриус, 1998. 5. Черных А.И. Мир современных медиа. М.: Территория будущего, 2007. 6. Черных А.И. Социология массовой коммуникации. М.: ГУ ВШЭ, 2008. 7. Barzilai-Nahon, К. (2008) ‘Toward a theory of network gatekeeping: A framework for exploring information control’, Journal of the American Society for Information Science and Technology, 59(9): 1493–1512. URL: [http://comm181.pbworks.com/f/GatekeepingSalience Theory.pdf](http://comm181.pbworks.com/f/GatekeepingSalience%20Theory.pdf) | |
| **3** | **Психологические теории медиавоздействия** (14 часов, лекции 4 / семинары 10) |
| 3.1. | *Этапы изучения эффектов медиавоздействия*  Понятие и виды эффектов медиавоздействия (краткосрочные – долгосрочные, планируемые – спонтанные). Подходы к периодизации исследований эффектов медиавоздействия. |
| 3.2. | *Теории пропаганды*  Основные положений теорий пропаганды. Влияние бихевиоризма и фрейдизма на формирование теорий пропаганды. Теория «волшебной пули» (Г. Лассуэлл). Медийные стереотипы и общественное мнение (У. Липпман). Критика теорий пропаганды. |
| 3.3. | *Теории ограниченных медиаэффектов*  Основные положений теорий ограниченных эффектов (Б. Берельсон, К. Ховланд). Концепция лидеров мнения и модель двухступенчатого потока коммуникации Э. Каца и П. Лазарсфельда. Психологическая модель воздействия ТВ (Г. Комсток). Влияние теории когнитивного диссонанса Л. Фестингера на медиаисследования. |
| 3.4. | *Современные теории медиавоздействия*  Социально-когнитивная теория А. Бандуры как основа исследований медиавоздействия. Концепция прайминга (А. Бандура, Л. Берковиц, Г. Комсток, Р. Горансон и др.). Гипотеза культивации (Дж. Гербнер). Теория диффузии инноваций (Э. Роджерс). Теория использования и удовлетворения (Дж. Клэппер, Э. Кац, М. Гуревич, А. Рубин, К. Розенгрен, С. Уиндал, Б. Гринберг). Теория разрыва в знаниях (P. Tichenor, G. Donohue, C. Olien). Модель зависимости медиаэффектов (С. Болл-Рокич, М. ДеФлуэр). Теория повестки дня (М. Маккомбс, Д. Шоу, Ш. Ийенгар, Д. Киндер, Г. Цукер, Д. Вивер). Концепция «спирали молчания» (Э. Ноэль-Нойман). Концепция «усталости сострадать» (K. Kinnick, D. Krugman, G. Cameron). |
| 3.5. | *Основные направления исследований медиавоздействия*  Воздействие медианасилия. Воздействие сексуально откровенного контента. Страх и тревога, вызванные медиапродукцией. Воздействие новостей. Воздействие информационных кампаний. Воздействие рекламы. Воздействие политической пропаганды. Воздействие стереотипного изображения меньшинств. Воздействие развлекательных медиатекстов. Исследования Интернет-зависимости. |
| **Литература по 3 разделу**  **Основная литература**   1. Богомолова Н.Н. Социальная психология массовой коммуникации. М.: Аспект Пресс, 2010. 2. Виноградова С.М. Психология массовой коммуникации. М.: Юрайт, 2014. 3. Назаров М.М. Массовая коммуникация и общество. Введение в теорию и исследования. М.: URSS, 2010*.* 4. McQuail, D. (2010) *McQuail's mass communication theory*, Los Angeles: SAGE Publications.   **Дополнительная литература**   1. Белинская Е.П. Психология Интернет-коммуникации. М.: МПСУ, 2013. 2. Брайант Д. Основы воздействия СМИ. М.: Вильямс, 2004. 3. Дьякова Е.Г., Трахтенберг А.Д. Массовая коммуникация и проблема конструирования реальности: анализ основных теоретических подходов. Екатеринбург: УрО РАН, 1999. 4. Киник К., Кругман Д., Камерон Г. «Усталость сострадать»: коммуникация и чувство опустошенности в отношении социальных проблем / Средства массовой коммуникации и социальные проблемы: хрестоматия / пер. с англ. и сост. И.Г. Ясавеев. Казань: Изд-во КГУ, 2000. C. 187–218. 5. Липпман У. Общественное мнение. М.: Институт Фонда «Общественное мнение», 2004. 6. Матвеева Л.В. Психология телевизионной коммуникации. М.: РИП-холдинг, 2004. 7. Ноэль-Нойман Э. Общественное мнение. Открытие спирали молчания. М.: Прогресс-Академия, Весь Мир, 1996. 8. Харрис Р. Психология массовых коммуникаций. СПб.: Прайм-Еврознак, 2003. | |
| **4** | **Структурный функционализм и системный анализ медиа**  (8 часов, лекции 4 / семинары 4) |
| 4.1. | *Категории структурного функционализма*  Специфика структурно-функционального подхода к исследованию общества. Понятия «система», «структура», «функция». Общество как социальная система (Т. Парсонс). Основные постулаты структурного функционализма и их критика Р. Мертоном. Различий функций и дисфункций, явных и латентных функций, признанных и непризнанных функций социальных институтов. Функция интеграции общества как ключевая функция СМИ. |
| 4.2. | *Массмедиа как социальный институт*  Понятие социального института. Специфические черты СМИ как социального института. Процессы институционализации и де-институционализации в сфере медиа. Процессы медиатизации «немедийных» социальных институтов. |
| 4.3. | *Функции и дисфункции массмедиа*  Функции и дисфункции СМИ в работах Р. Мертона, П. Лазарсфельда, Г. Лассуэлла. Функции массмедиа на уровне общества и индивида. Проблема эмпирического изучения функций и дисфункций медиа. |
| 4.4. | *Массмедиа и социодинамика культуры*  Социодинамика культуры А. Моля. Понятия «культурема», «память мира», «социокультурная таблица», «социокультурный цикл». Различие гуманитарной и мозаичной культур. Четыре доктрины медиавоздействия (демагогическая, догматическая, культуралистская, динамическая). «Манипулятивная» и «формирующая» программы СМК. |
| 4.5. | *Коммуникации и медиа в теории самореферентных социальных систем*  Неофункционализм: теория социальных систем Н. Лумана. Коммуникация как связь информации, сообщения и понимания. Символически генерализованные посредники коммуникации. Массмедиа как аутопойетическая система. «Реальность массмедиа» и наблюдения второго порядка. |
| **Литература по 4 разделу**  **Основная литература**   1. Назаров М.М. Массовая коммуникация и общество. Введение в теорию и исследования. М.: URSS, 2010*.* 2. McQuail, D. (2010) *McQuail's mass communication theory*, Los Angeles: SAGE Publications.   **Дополнительная литература**   1. Антоновский А. Ю. Массмедиа – трансцендентальная иллюзия реальности? / Луман Н. Реальность массмедиа. М.: Праксис, 2005. С. 221–248. 2. Лазарсфельд П., Мертон Р. Массовая коммуникация, массовые вкусы и организованное социальное действие: Пер. с англ. / Назаров М.М. Массовая коммуникация в современном мире. М.: Аванти Плюс, 2004. С. 243–256. 3. Лассвелл Г. Структура и функции коммуникации в обществе / Назаров М.М. Массовая коммуникация в современном мире. М.: Аванти Плюс, 2004. С. 233–242. 4. Луман Н. Реальность массмедиа. М.: Праксис, 2005. 5. Мертон Р. Явные и латентные функции / Американская социологическая мысль: Тексты. М.: МГУ 1994. С. 379–448. 6. Моль А. Социодинамика культуры. М.: Изд-во ЛКИ, 2008. 7. Черных А.И. Социология массовой коммуникации. М.: Издательский дом ГУ ВШЭ, 2008. | |
| **5** | **Культурно-критические теории медиа** (8 часов, лекции 4 / семинары 4) |
| 5.1. | *Марксизм, критическая теория и медиа*  Ключевые принципы и идеи марксизма (материализм, экономический детерминизм, базис и надстройка, отчуждение, классовая борьба, идеология, ложное сознание). Неомарксизм: британские культурные исследования и Франкфуртская школа. Социальная роль медиа в марксистской / неомарксистской перспективе. |
| 5.2. | *Теория коммодификации культуры*  М. Хоркхаймер и Т. Адорно: критика технологического рационализма, понятие «культурной индустрии», роль СМК в формировании «идеологии успеха».  Г. Маркузе: «одномерный человек» и общество потребления. СМК как фактор искусственно сформированного социального согласия.  В. Беньямин: искусство в эпоху технической воспроизводимости. |
| 5.3. | *Концепции гегемонии и идеологии*  Концепция гегемонии А. Грамши и роль культурных институтов в процессе доминирования.Структуралистская концепция идеологии Л. Альтюссера.  Концепция культурного господства и манипуляции сознанием: Г. Шиллер.  Концепция символического конструирования идеологии: Дж. Томпсон. |
| 5.4. | *Концепция символической власти*  Конструктивистский структурализм П. Бурдье. Концепция социального пространства: поля, агенты, капиталы, структуры, практики, габитус. Понятие символического капитала и символической власти. Специфика «поля журналистики». П. Бурдье о телевидении и медиатизации науки. Габитус, вкус и стили жизни. |
| 5.5. | *Влияние медиакультуры и медиаграмотность*  Н. Постман: критика современного телевидения. Медиа как метафора и эпистемология.  Особенности «типографического сознания». Эпоха шоу-бизнеса и телевизионное мышление. Медиаграмотность как основа критического восприятия ТВ. |
| **Литература по 5 разделу**  **Основная литература**   1. Назаров М.М. Массовая коммуникация и общество. Введение в теорию и исследования. М.: URSS, 2010*.* 2. McQuail, D. (2010) *McQuail's mass communication theory*, Los Angeles: SAGE Publications.   **Дополнительная литература**   1. Альтюссер Л. Идеология и идеологические аппараты государства // Неприкосновенный запас. 2011. № 3 (77). <http://magazines.russ.ru/nz/2011/3/al3.html> 2. Беньямин В. Произведение искусства в эпоху его технической воспроизводимости: Избранные эссе. Пер. с нем. / Под. ред. Здорового Ю.А. М.: Медиум, 1996. 3. Бурдьё П. О телевидении и журналистике. М.: Фонд научных исследований «Прагматика культуры», Институт экспериментальной социологии, 2002. 4. Бурдье П. Социальное пространство: поля и практики. М.: Институт экспериментальной социологии; СПб.: Алетейя, 2005. 5. Грамши А. Тюремные тетради. М.: Политиздат, 1991. 6. Маркузе Г. Одномерный человек. М.: Директмедиа Паблишинг, 2007. 7. Постман Н. «А теперь, ... о другом ...»: Пер. с англ. / Назаров М.М. Массовая коммуникация в современном мире. М.: Аванти Плюс, 2004. С. 273–283. 8. Томпсон Дж.Б. Идеология и современная культура: Пер. с англ. / Назаров М.М. Массовая коммуникация в современном мире. М.: Аванти Плюс, 2004. С. 257–264. 9. Хоркхаймер М., Адорно Т.В. Диалектика просвещения. М., СПб.: Медиум, Ювента, 1997. 10. Шиллер Г. Манипуляторы сознанием. М.: Мысль, 1980. 11. Postman, N. (2008) *How to watch TV news*, London: Penguin Books. | |
| ***2 курс (1-3 модуль)*** | |
| **6** | **Интерпретативные теории медиа** (10 часов, лекции 4 / семинары 6) |
| 6.1. | *Массмедиа и социальное конструирование реальности*  Парадигма социального конструкционизма.Дискурсивная теория конструирования социальных проблем (Дж. Китсьюз и П. Ибарра). Конструирование социальных проблем на публичных аренах (С. Хилгартнер и Ч. Боск). Конструктивистская теория общественного мнения Ж.-П. Пажеса. Теория повестки дня и фрейм-анализ. |
| 6.2. | *Медиа в контексте семиотики и структурализма*  Семиотика как учение о знаках, знаковых системах и кодах. Структура знака (Ф. Соссюр) и типы знаков (Ч.С. Пирс). Способы организации знаков: парадигмы и синтагмы. Денотация и коннотация (Р. Барт). Элементы коммуникативного акта и функции коммуникации (Р. Якобсон). Массмедиа как семиотическая система.  С. Холл: теория репрезентации, модель кодирования – декодирования, стратегии прочтения сообщения аудиторией. Дж. Фиск: понятие дискурса, семиотические коды телевидения, дискурсивная модель телевизионной коммуникации.  Русский формализм (В. Пропп) и нарративный анализ текстов массовой культуры.  У. Эко: коды телевизионного сообщения и семиотика рекламы. |
| 6.3. | *Теории дискурса* *и критический дискурс*-*анализ*  Понятие дискурса и подходы к его интерпретации (М. Фуко, Т.А. ван Дейк, Э. Лаклау, Ш. Муфф, Н. Фэрклоу, Дж. Фиск). Дискурс-анализ: теория, метод или область исследования? Дискуссии о понятии «медиадискурс». Специфика и направления критического дискурс-анализа (Т.А. ван Дейк). |
| **Литература по 6 разделу**  **Основная литература**   1. Назаров М.М. Массовая коммуникация и общество. Введение в теорию и исследования. М.: URSS, 2010*.* 2. Почепцов Г.Г. Медиа: теория массовых коммуникаций. Киев: Альтерпрес, 2008. 3. McQuail, D. (2010) *McQuail's mass communication theory*, Los Angeles: SAGE Publications.   **Дополнительная литература**   1. Абельс Х. Интеракция, идентичность, презентация. Введение в интерпретативную социологию. СПб.: Алетейя, 1999. 2. Ван Дейк Т.А. Дискурс и власть: Репрезентация доминирования в языке и коммуникации. М.: URSS, 2014. 3. Ван Дейк Т.А. Дискурс и доминирование // Современный дискурс-анализ. 2009. Вып.1. Т.1. URL: [http://www.discourseanalysis.org](http://www.discourseanalysis.org/) 4. Гофман И. Представление себя другим в повседневной жизни. М.: Канон-пресс, 2000. 5. Гринев-Гриневич С.В. Основы семиотики. М.: Флинта, 2012. 6. Ибарра П., Китсьюз Дж. Дискурс выдвижения утверждений-требований и просторечные ресурсы / Социальные проблемы: конструкционистское прочтение. Хрестоматия. Казань: Изд-во Казанск. ун-та, 2007. С. 55–114. 7. Йоргенсен М.В., Филлипс Л.Дж. Дискурс-анализ. Теория и метод. Харьков: Гуманитарный центр, 2004. 8. Матисон Д. Медиа дискурс. Харьков: Гуманитарный центр, 2013. 9. Пажес Ж.-П. Конфликты и общественное мнение // Социс. 1991. № 7. С. 107–115. 10. Социальные проблемы: конструкционистское прочтение / Под ред. И.Г. Ясавеева. Казань: Изд-во Казанского ун-та, 2007. 11. Хилгартнер С., Боск Ч.Л. Рост и упадок социальных проблем: концепция публичных арен / Социальные проблемы: конструкционистское прочтение. Хрестоматия. Казань: Изд-во Казанск. ун-та, 2007. С. 145–184. 12. Эко У. Отсутствующая структура. Введение в семиологию. М.: Симпозиум, 2006. 13. Ясавеев И.Г. Конструирование социальных проблем средствами массовой коммуникации. Казань: Изд-во Казанск. ун-та, 2004. | |
| **7** | **Теории информационного общества и глобализации**  (10 часов, лекции 4 / семинары 6) |
| 7.1. | *Информационное общество: понятие и классификация теорий*  Информационное общество как социологическая и футурологическая концепция. Подходы к определению информационного общества (технологический, экономический, связанный со сферой занятости, пространственный, культурный).  Классификация теорий информационного общества Ф. Уэбстера. |
| 7.2. | *Теории постиндустриализма / постмодернизма*  Технологический детерминизм и концепция «глобальной деревни» М. Маклюена. Теории постиндустриального общества (Д. Белл, Э. Тофлер, Е. Масуда). Теория сетевого общества М. Кастельса. Теории постмодернизма (Ж. Бодрийяр, М. Постер). Медиакоммуникации как основа постиндустриального / постмодернистского общества. |
| 7.3. | *Теории непрерывной информатизации общества*  Информация, медиа и глобализация. Теория рефлексивной модернизации Э. Гидденса. Концепция текучей модернити З. Баумана. Теория гибкой аккумуляции Д. Харви. Концепция публичной сферы Ю. Хабермаса. |
| 7.4. | *Теории медиации vs теории медиатизации*  Англосаксонская традиция использования термина «медиация» (С. Ливингстон, Р. Сильверстоун, Н. Коулдри). Североевропейский подход: теории медиатизации (Д. Элтхейд и Р. Сноу, В. Шульц, Ф. Кротц, С. Хьярвард). Соотношение процессов медиации и медиатизации в обществе. |
| 7.5. | *Кибероптимизм vs киберскептицизм* (К. Ширки, Тим О’Рейли, Дж. Ланир, Е. Морозов и др.). Киберпространство: возможности, надежды, иллюзии и угрозы. Свобода и контроль, активность и пассивность в мире сетевых коммуникаций. |
| **Литература по 7 разделу**  **Основная литература**   1. Уэбстер Ф. Теории информационного общества. М.: Аспект Пресс, 2004. 2. McQuail, D. (2010) *McQuail's mass communication theory*, Los Angeles: SAGE Publications.   **Дополнительная литература**   1. Бауман 3. Глобализация. Последствия для человека и общества. М.: Весь Мир, 2004. 2. Белл Д. Грядущее постиндустриальное общество. Опыт социального прогнозирования. М.: Academia, 2004. 3. Бодрийяр Ж. В тени молчаливого большинства, или конец социального. Екатеринбург: Изд-во Уральского университета, 2000. 4. Бодрийяр Ж. Симулякры и симуляция. М.: Постум, 2015. 5. Гидденс Э. Ускользающий мир: как глобализация меняет нашу жизнь. М.: Весь мир, 2004. 6. Кастельс М. Галактика Интернет. Екатеринбург: У-Фактория, 2004. 7. Кастельс М. Информационная эпоха. М.: ГУ-ВШЭ, 2000. 8. Маклюэн М. Понимание медиа: внешние расширения человека. М.: Кучково поле, 2007. 9. Тоффлер Э. Третья волна. М.: АСТ, 2004. 10. Хабермас Ю. Моральное сознание и коммуникативное действие. М.: Наука, 2006. 11. Ширки К. Включи мозги. Свободное время в эпоху Интернета: пер. с англ. М.: Карьера Пресс, 2012. 12. Урри Дж. Мобильности. М.: Издательство: Праксис, 2012. 13. Castells, M. (2011) *Communication power,* Oxford; New York: Oxford University Press. 14. Castells, M. (2013) *Networks of outrage and hope*, Cambridge: Polity Press. 15. Couldry, N. (2008) ‘Mediatization or mediation? Alternative understandings of the emergent space of digital storytelling’, *New Media & Society,* 10: 373–91. 16. Hepp, A. (2013) *Cultures of mediatization*, Cambridge: Polity Press. 17. Hjarvard, S. (2008) ‘The Mediatization of Society. A Theory of the Media as Agents of Social and Cultural Change’, *Nordicom Review*, 29 (2): 105–34. URL: http://www.nordicom.gu.se/common/publ\_pdf/270\_hjarvard.pdf, 18. Livingstone, S. (2009) ‘On the mediation of everything: ICA presidential address 2008’, *Journal of communication*, 59(1): 1–18. URL: http:// eprints.lse.ac.uk/21420/1/On\_the\_ mediation\_of\_everything\_(LSERO).pdf 19. Morozov, E. (2011) *The net delusion: The dark side of Internet freedom*, New York: Public Affairs. | |
| **8** | **Специальные теории медиа** (10 часов, лекции 4 / семинары 6) |
| 8.1. | *Теория новых медиа и новая теория медиа*  Дискуссии о понятиях: новые медиа, мультимедиа, кросс-медиа, полимедиа, трансмедиа, альтернативные медиа, гражданские медиа и т.д.  Мобильность, интерактивность и конвергенция как ключевые элементы новой теории медиа. Основные тренды современных медиаисследований. |
| 8.2. | *Теории медиапространства*  Подходы к пониманию медиапространства в отечественной социальной науке. Пространственный поворот в медиаисследованиях. Н. Коулдри и А. Маккарти: уровни анализа медиапространства.А. Янссон: география коммуникаций и текстурный анализ медиапространства. Топология медиакоммуникаций П. Адамса. |
| 8.3. | *Теории медиасобытий и медиаритуалов*  Дискуссия о медиасобытиях, интегративные и деструктивные медиасобытия. Медиасобытия и медиаритуалы. Церемониальные медиасобытия: завоевания, состязания, коронации (D. Dayan, E. Katz). Медиа-катастрофы (E. Katz, T. Liebes). Медиа-скандалы (J. Lull, S. Hinerman, J. Thompson). Медиасобытия-симулякры (J. Fiske). Медиатизированные общественные кризисы (J.C. Alexander). Популярные медиасобытия (A. Hepp). Глобальные медиасобытия (A. Hepp, N. Couldry). |
| 8.4. | *Теории медиатизации социальных движений*  Исследования социальных движений и медиаисследования: точки пересечения. Теории медиатизации социальных движений (В. Cammaerts, M. Castells, D. Della Porta, A. Mattoni, E. Morozov). Протестные репертуары и медийные практики. Медиа как фактор социальных изменений. |
| **Литература по 8 разделу**  **Основная литература**   1. McQuail, D. (2010) *McQuail's mass communication theory*,Los Angeles: SAGE Publications. 2. Черных А.И. Медиа и ритуалы. Москва, Санкт-Петербург: Университетская книга, 2013.   **Дополнительная литература**   1. Adams, P.C. (2009) *Geographies of Media and Communication: A Critical Introduction*, L.: Wiley-Blackwell. 2. Cammaerts, B. (2012) ‘Protest logics and the mediation opportunity structure’, *European Journal of Communication*, 27(2): 117–34. 3. Cammaerts, B., Mattoni, A. and McCurdy, P. (eds) (2013) *Mediation and Protest Movements,* Bristol: Intellect. 4. Castells, M. (2012) *Networks of Outrage and Hope: Social Movements in the Internet Age*, Cambridge: Polity Press. 5. Cottle, S. (2006) ‘Mediatized rituals: Beyond manufacturing consent’, *Media, Culture & Society*, 28(3): 411–32. 6. Couldry N. and McCarthy, A. (eds) (2004) *Mediaspace: Place, Scale and Culture in a Media Age*, New York: Routledge. 7. Cui, X. (2013) ‘Media events are still alive: The opening ceremony of the Beijing Olympics as a media ritual’, *International Journal of Communication*, 7: 1220–35. 8. Dayan, D. (2008) ‘Beyond media events: Disenchantment, derailment, disruption’, pp. 391–401 in 9. Dayan, D. and Katz, E. (1992) *Media events: The live broadcasting of history*, Cambridge, MA: Harvard University Press. 10. della Porta, D. (2011) ‘Communications in movements: Social movement as agents of participatory democracy’, Information, Communication, and Society, 14(6): 800–19. 11. Falkheimer, J. and Jansson, A. (eds) (2006) *Geographies of Communication: The Spatial Turn in Media Studies*,Göteborg: Nordicom. 12. Flew, T. (2014) *New media*, Oxford; New York: Oxford University Press. 13. Fiske, J. (1994) Media matters: Everyday culture and political change. Minneapolis: University of Minnesota Press. 14. Hepp, A. and Couldry, N. (2010) ‘Introduction: Media events in globalized media cultures’, pp. 1–20 in N. Couldry, A. Hepp and F. Krotz (eds) Media events in a global age, Abingdon: Routledge. 15. Jenkins, H. (2006). *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*, New York: New York University Press. http://talkingobjects.files.wordpress.com/2011/08/book-by-henry-jenkins-convergence-culture2.pdf 16. Jiménez-Martínez, C. (2014) ‘Disasters as media events: the rescue of the Chilean miners in national and global television’, International Journal of Communication, 8: 1807–30. 17. Katz, E. and Liebes, T. (2007) ‘No more peace! How disaster, terror and war have upstaged media events’, *International Journal of Communication*, 1: 157–166. 18. Kellner, D. (2010) ‘Media spectacle and media events’, pp. 76–91 in N. Couldry, A. Hepp and F. Krotz (eds) *Media events in a global age*, Abingdon: Routledge. 19. Mattoni, A. (2013) ‘Repertoires of Communication in Social Movement Processes’, pp. 39–56 in B. Cammaerts, A. Mattoni and P. McCurdy (eds) *Mediation and Protest Movements*, Bristol: Intellect. 20. Morozov, E. (2011) *The net delusion: The dark side of Internet freedom.* New York: Public Affairs. | |
| **9** | **Предмет теории журналистики** (10 часов, лекции 4 /семинары 6) |
| 9.1. | *Область изучения*  Предметом настоящей теории является сама журналистика, как целостная система, функционирующая в социуме, наделенная специфическими чертами и свойствами, решающая определенные задачи, опирающаяся на исторически сложившиеся структуры, личностные возможности человека, материально-техническую базу и значительную инфраструктуру.  Основные категории. «Массовая информация» как центральная, основополагающая категория теории журналистики. Журналистика как социальный институт, система видов деятельности, совокупность профессий, система произведений, комплекс каналов передачи массовой информации. Среди взаимосвязанных понятий дисциплины: «учредитель», «журналист», «текст», «канал», «массовая аудитория» и др. |
| 9.2. | *Журналистика как социальный институт общества*  Журналистская деятельность осуществляется в определенных общественно-политических условиях: государственных, экономических, культурно-исторических, религиозных, национальных и т.д., в условиях взаимодействия различных социальных сил. В обществе действует и взаимодействует множество социальных институтов; их функционирование определено многими законодательными, нормативными актами, другими правоустанавливающими документами. Журналистика является одним из важнейших социальных институтов. Журналистика действующая на демократических началах, способствует созданию открытого общество, где защищены права человека на информацию, а журналистики – на полнокровную реализацию своих функций в целях утверждения гуманистических ценностей. |
| 9.3. | *Сфера деятельности журналистики* – *массовая информация*  Понятие массовой информации, её признаки. Журналистская информация. Информация и аудитория. Формула Лассуэлла. Действительность – журналист – текст –аудитория. Проблемы получения, переработки, доставки и усвоения информации. Семантика, синтактика, прагматика и адекватность журналистского текста. Проблема информационной насыщенности журналистского текста. |
| 9.4. | *Функциональные задачи журналистики*  Социальная ориентация, управление сознанием и поведением адресата массовой информации, формирование адекватной картины действительности, а также представлений о «желаемом будущем» и путях его достижения, определение жизненных позиций граждан, выработка отношения к различным явлениям жизни и т.д. – все это функциональные задачи журналистики на современном этапе (Е. Прохоров). Целеполагающая роль функций: идеологическая, информационная, культурно-просветительская, информационно-справочная, информационно-рекламная, рекреативная, контрольная и регулятивная. Своеобразие реализации функциональных задач в зависимости от социальной позиции журналиста, конкретного издания. |
| 9.5. | *Журналистика как фактор «социального управления» (Е. Прохоров). Журналистика как «четвёртая власть»*  Журналистика – институт непосредственной демократии. Некоторые проблемы понимания возможностей прессы в реализации идеологических, контрольных и регулятивных задач. |
| **Литература по 9 разделу**  **Основная литература**   1. Вартанова Е. Л. Теория СМИ. Актуальные вопросы. М., 2009. 2. Корконосенко С. Г. Теория журналистики: моделирование и применение. М., 2009. 3. Прохоров Е.П. Введение в теорию журналистики. М., 2010.   **Дополнительная литература**   1. Ахмадулин Е. В. Основы теории журналистики: Учебное пособие. Ростов-на-Дону, 2008. 2. Брайанд Д., Томпсон С. Основы воздействия СМИ. М., 2004. 3. Бурдье П. О телевидении и журналистике. М., 2002. 4. Вартанова Е.Л. Постсоветские трансформации российских СМИ и журналистика. – М., 2013. 5. Ворошилов В.В. Журналистика. Базовый курс. СПб., 2006. 6. Деннис Э., Мэррилл Д. Беседы о масс-медиа. М., 1997. 7. Ламбет Эдмонд Б. Приверженность журналистскому долгу. Об этическом подходе в журналистской профессии. М., 1998. 8. Лозовский Б. Н. «Четвертая власть» и общество. М., 2001. 9. Маклюэн М. Понимание медиа: внешние расширения человека. М., 2007. 10. Основные понятия теории журналистики. М., 1993. 11. Прохоров Е. П. Журналистика и демократия. М., 2010. 12. Средства массовой информации и формирование гражданского общества / под ред. А. И. Верховской. М., 2010. 13. Система средств массовой информации России / под ред. Я. Засурского. М., 2003. 14. Теория и социология СМИ. Ежегодник. М., 2010. 15. Lasswell H. The structure and function of communication in society. Bryson, 1948. 16. Normative theories of the media: journalism in democratic societies. Clifford G. Christians, Theodore Glasser, Denis McQuail. University of Illinois Press, 2009. 17. Media theories and approaches: a global perspective. Mark Balnaves, Stephanie Donald, Brian Shoesmith. Palgrave Macmillan, 2009. 18. Lowenstein R.L. and Merrill J.C. Macromedia: Mission, Message and Morality. N. Y., 1990. | |
| **10** | **Личностно-профессиональная модель профессии** (8 часов, лекции 4 / семинары 4)  Мотивация выбора профессии. Виды профессиональной деятельности.  Социальные и профессиональные характеристики.  Проблемы творческой деятельности: свобода творчества, понятие профессиональной этики. |
| **Литература по 10 разделу**  **Основная литература**   1. [Лазутина Г.В. Основы творческой деятельности журналиста. Учебник](http://evartist.narod.ru/text6/39.htm). М., 2001 2. [Лазутина Г.В. Профессиональная этика журналиста](http://evartist.narod.ru/text10/09.htm). М., 2011. 3. [Основы творческой деятельности журналиста. Ред.-сост. С.Г. Корконосенко](http://evartist.narod.ru/text5/58.htm). СПб. 2000. 4. Прохоров Е.П. Введение в теорию журналистики. М., 2010.   **Дополнительная литература**   1. Авраамов Д.С. Профессиональная этика журналиста. М., 2003 2. Красникова Е.А. Этика и психология профессиональной деятельности. М., 2005 3. [Олешко В.Ф. Журналистика как творчество](http://evartist.narod.ru/text8/26.htm). М., 2003 4. Правовые и этические нормы в журналистике. Сост. Е.П. Прохоров. М., 2008. 5. Свитич Л. Г.Профессия – журналист. М., 2010. | |
| **11** | **Виды СМИ** (4 часа, лекции 2 / семинары 2)  Сходства и различия. Печатная журналистика, радио-, телевизионная журналистика, журналистика новых медиа.  Механизм управления и функционирования. Законодательная база. Внутренняя структура. Проблемы саморегулирования журналистской сферы. |
| **Литература по 11 разделу**  **Основная литература**   1. Прохоров Е.П. Введение в теорию журналистики. М., 2010.   **Дополнительная литература**   1. Гуревич П.С Газета: вчера, сегодня, завтра. М., 2004. 2. Интернет-СМИ. Теория и практика. Под ред. М.М. Лукиной. М., 2010. 3. Радиожурналистика / под ред. А.А. Шереля. М., 2005. 4. Телевизионная журналистика / под ред. Г. Кузнецова, В. Цвик, А. Юровского. М., 2005. 5. Цвик В.Л. Телевизионная журналистика. История, теория, практика. Учебное пособие. М., 2004. | |
| **12** | **Контент СМИ** (8 часов, лекции 2 / семинары 6)  Проблемно-тематические направления контента и социальная позиция СМИ. Проблемы выработки и реализации.  Система журналистских жанров. К истории возникновения журналистских жанров. Основные жанровые группы. Характеристика жанровой палитры СМИ. Некоторые проблемы теории журналистских жанров. |
| **Литература по 12 разделу**  **Основная литература**   1. Смирнов В.В. Жанры радиожурналистики. М., 2002. 2. [Тертычный А.А. Жанры периодической печати](http://www.evartist.narod.ru/text2/01.htm). М., 2014. 3. Лазутина Г.В. Распопова С.С. Жанры журналистского творчества. М., 2011.   **Дополнительная литература**   1. Амзин А. Новостная интернет-журналистика. М., 2011. 2. Интернет-СМИ. Теория и практика. Под ред. М.М. Лукиной. М., 2010. 3. Ким Н.М. Новостная журналистика. СПб., 2005. 4. Тертычный А.А. Аналитическая журналистика. М., 2010. 5. Радиожурналистика / под ред. А.А. Шереля. М., 2005. 6. Телевизионная журналистика / под ред. Г. Кузнецова, В. Цвик, А. Юровского. М., 2005. 7. Шкловский В.Б. Тетива. О несходстве сходного. М., 2011. | |

# 8. Образовательные технологии

В преподавании курса, помимо традиционных лекционных и семинарских занятий (с использованием презентаций), применяются активные методы обучения: мини-конференции, разбор исследовательских кейсов, деловые игры, работа в микро-группах.

# 9. Оценочные средства для текущего контроля и аттестации студента

## 9.1. Тематика заданий текущего контроля

***Домашнее задание: письменная работа (1 курс)***

Необходимо выбрать любую из перечисленных ниже десяти теорий медиа и далее:

1. Раскрыть ключевые положение выбранной теории, ссылаясь на научные источники (книги, статьи);
2. Привести существующие в науке аргументы в пользу актуальности этой теории и/или критику, ставящую под сомнение ее положения;
3. Привести конкретные примеры из современной практики медиа-производства или медиа-потребления, подкрепляющие или опровергающие, на Ваш взгляд, правоту этой теории. Это могут быть примеры каких-то публикаций; события, явления и процессы, связанные с деятельностью медиа.

*Теории медиа (выбрать одну):*

1. Теория пропаганды Г. Лассуэлла
2. Теория стереотипов и общественного мнения У. Липпмана
3. Концепция «спирали молчания» Э. Ноэль-Нойман
4. Теория «лидеров мнения» Э. Каца и П. Лазарсфельда
5. Теория использования и удовлетворения (А. Рубин и др.)
6. Теория установления повестки дня (М. Маккомбса, Д. Шоу и др.)
7. Теория публичных арен С. Хилгартнера и Ч. Боска
8. Гипотеза культивации Дж. Гербнера
9. Концепция гегемонии А. Грамши
10. Концепция «индустрии культуры» М. Хоркхаймера и Т. Адорно

***Объем письменной работы:*** 1000 слов (12 кегль, одинарный интервал).

***Структура письменной работы:***

* *Название работы:* Домашнее задание по курсу «Теория медиакоммуникаций»
* *Выполнил (а):* ФИО исполнителя, номер группы
* *Тема:* Теория пропаганды Г. Лассуэлла
* *Текст сочинения* (оформленный по ГОСТ Р 7.0.5 – 2008, с постраничными сносками)
* *Список использованной литературы*

На выполнение письменной работы даются 4 недели.

***Критерии оценивания:***

* Корректность изложения ключевых положений выбранной теории
* Наличие критической рефлексии, самостоятельного анализа
* Релевантность приводимых аргументов, источников, примеров
* Ясность изложения, грамотность, аккуратность оформления
* Привлечение, помимо базовой литературы, дополнительных источников научной информации

Работа проверяется на плагиат и оценивается по 10-бальной шкале.

## 9.2. Вопросы для оценки качества освоения дисциплины

Примерный перечень вопросов к *промежуточному контролю* для самопроверки студентов (по окончанию обучения на 1-ом курсе). Промежуточный контроль реализуется в форме экзамена (письменный тест).

1. Уровни социальной коммуникации («пирамида» Д. Макуэйла).
2. Семь подходов к пониманию коммуникации (Р. Крейг).
3. Модели социальной коммуникации.
4. Основные формы коммуникации.
5. Этапы развития средств коммуникации.
6. Ключевые характеристики массовой коммуникации.
7. Соотношение понятий СМИ, массовые коммуникации, медиа, медиакоммуникации.
8. Ключевые характеристики медиакоммуникаций в 21 веке.
9. Классификация теорий массовой коммуникации Д. Макуэйла.
10. Российские и зарубежные научные журналы по медиа и коммуникациям.
11. Нормативные теории прессы: шесть моделей.
12. Феномен гейткипинга в медиасфере.
13. Теории новостных ценностей.
14. Этапы изучения эффектов медиавоздействия.
15. Понятие и виды эффектов медиавоздействия.
16. Теории пропаганды / «волшебной пули» (Г. Лассуэлл, У. Липпман).
17. Основные положений теорий ограниченных эффектов (Б. Берельсон, К. Ховланд).
18. Модель двухступенчатого потока коммуникации Э. Каца и П. Лазарсфельда.
19. Психологическая модель воздействия ТВ (Г. Комсток).
20. Влияние теории когнитивного диссонанса Л. Фестингера на медиаисследования.
21. Концепция прайминга (А. Бандура и др.).
22. Гипотеза культивации (Дж. Гербнер).
23. Теория диффузии инноваций (Э. Роджерс).
24. Теория использования и удовлетворения (Дж. Клэппер и др.).
25. Теория разрыва в знаниях (П. Тиченор и др.).
26. Модель зависимости медиаэффектов (С. Болл-Рокич, М. ДеФлуэр).
27. Теория повестки дня (М. Маккомбс, Д. Шоу и др.).
28. Концепция «спирали молчания» (Э. Ноэль-Нойман).
29. Концепция «усталости сострадать» (К. Кинник и др.).
30. Основные направления исследований медиавоздействия.
31. Категории структурного функционализма: система, структура, функции.
32. Виды социальных функций по Р. Мертону.
33. Массмедиа как социальный институт: основные атрибуты.
34. Функции и дисфункции массмедиа (Р. Мертон, П. Лазарсфельд, Г. Лассуэлл и др.).
35. Концепция социодинамики культуры А. Моля.
36. «Реальность массмедиа» в теории социальных систем Н. Лумана.
37. Неомарксизм: британские культурные исследования и Франкфуртская школа.
38. Концепция «культуриндустрии» М. Хоркхаймера и Т. Адорно.
39. Концепция гегемонии А. Грамши.
40. Структуралистская концепция идеологии Л. Альтюссера.
41. Концепция культурного господства Г. Шиллера.
42. Концепция символического конструирования идеологии: Дж. Томпсон.
43. Поле журналистики и символическая власть в теории социального пространства П. Бурдье.
44. Критика современного телевидения в работах Н. Постмана.
    1. **Темы рефератов по блоку «Теория журналистика» (2 курс, 3 модуль)**

*Объём 14400 – 18000 знаков (8-10 страниц)*

1. Журналистка как наука. Основные понятия.
2. Понятие «массовая информация»: теоретическое содержание и практическое значение.
3. Журналистика как массово-информационная деятельность.
4. Журналистика как социальный институт общества.
5. СМИ в отношениях с социальными институтами.
6. Система функций журналистики. Общая характеристика. Система взаимодействия.
7. Идеологические функции журналистики.
8. Информационные функции журналистики.
9. Культурно-просветительские функции журналистики.
10. Рекреативные функции журналистики.
11. Контрольная и регулятивная функции журналистики.
12. Проблема социальной ориентации в журналистике.
13. Социальная позиция журналиста и гражданская ответственность.
14. СМИ как инструмент политики.
15. СМИ как «четвёртая власть».
16. Журналистика как фактор социального управления.
17. Журналистика как профессия.
18. Структура профессиональных качеств журналиста.
19. Виды журналистской деятельности и их взаимодействие в процессе подготовки издания.
20. Система журналистских жанров. Общая характеристика. Возможная типология.
21. Система жанров в печатной журналистике.
22. Система журналистских жанров радиовещания.
23. Система журналистских жанров телевещания.
24. Жанровая специфика интернет-контента.
25. Печатная пресса и её специфические возможности.
26. Радио в системе СМИ и его специфические возможности.
27. Телевидение в системе СМИ и его специфические свойства.
28. Специфические возможности журналистики в новых медиа.
29. Информационная политика издания и способы её реализации.
30. Свобода СМИ и журналистской деятельности: социально-творческие факторы, юридические и экономические условия.
31. Профессиональная этика в журналистике. Способы регулирования.
32. Основы государственной политики в области СМИ, формы и способы её реализации
33. СМИ в отношениях с массовой аудиторией. Проблема эффективности журналисткой деятельности.
34. Действенность журналистики и пути её достижения.
35. Система средств массовой информации: структура и взаимодействие.

# 10. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

***По теории медиа:***

## 10.1. Базовый учебник

1. Назаров М.М. Массовая коммуникация и общество. М.: УРСС, 2010.
2. Бакулев Г.П. Массовая коммуникация: Западные теории и концепции: учебное пособие. М.: Аспект Пресс, 2010.
3. McQuail, D. (2010) *McQuail’s mass communication theory*, Los Angeles: SAGE Publications.

## 10.2. Основная литература

1. Брайант Д. Основы воздействия СМИ. М.: Вильямс, 2004.
2. Богомолова Н.Н. Социальная психология массовой коммуникации. М.: Аспект Пресс, 2010.
3. Виноградова С.М. Психология массовой коммуникации. М.: Юрайт, 2014.
4. Гавра Д.П. Основы теории коммуникации. СПб.: Питер, 2011.
5. Почепцов Г.Г. Медиа: теория массовых коммуникаций. Киев: Альтерпрес, 2008.
6. Уэбстер Ф. Теории информационного общества. М.: Аспект Пресс, 2004.
7. Черных А.И. Социология массовых коммуникаций. М.: ГУ-ВШЭ, 2008.

## 10.3. Дополнительная литература

1. Абельс Х. Интеракция, идентичность, презентация. Введение в интерпретативную социологию. СПб.: Алетейя, 1999.
2. Альтюссер Л. Идеология и идеологические аппараты государства // Неприкосновенный запас. 2011. № 3 (77). URL: <http://magazines.russ.ru/nz/2011/3/al3.html>
3. Антоновский А. Ю. Массмедиа – трансцендентальная иллюзия реальности? / Луман Н. Реальность массмедиа. М.: Праксис, 2005. С. 221–248.
4. Бауман 3. Глобализация. Последствия для человека и общества. М.: Весь Мир, 2004.
5. Белинская Е.П. Психология Интернет-коммуникации. М.: МПСУ, 2013.
6. Белл Д. Грядущее постиндустриальное общество. Опыт социального прогнозирования. М.: Academia, 2004.
7. Беньямин В. Произведение искусства в эпоху его технической воспроизводимости: Избранные эссе. Пер. с нем. / Под. ред. Здорового Ю.А. М.: Медиум, 1996.
8. Бодрийяр Ж. В тени молчаливого большинства, или конец социального. Екатеринбург: Изд-во Уральского университета, 2000.
9. Бодрийяр Ж. Симулякры и симуляция. М.: Постум, 2015.
10. Бурдьё П. О телевидении и журналистике. М.: Фонд научных исследований «Прагматика культуры», Институт экспериментальной социологии, 2002.
11. Бурдье П. Социальное пространство: поля и практики. М.: Институт экспериментальной социологии; СПб.: Алетейя, 2005.
12. Ван Дейк Т.А. Дискурс и власть: Репрезентация доминирования в языке и коммуникации. М.: URSS, 2014.
13. Ван Дейк Т.А. Дискурс и доминирование // Современный дискурс-анализ. 2009. Вып.1. Т.1. URL: [http://www.discourseanalysis.org](http://www.discourseanalysis.org/)
14. Гидденс Э. Ускользающий мир: как глобализация меняет нашу жизнь. М.: Весь мир, 2004.
15. Гофман И. Представление себя другим в повседневной жизни. М.: Канон-пресс, 2000.
16. Грамши А. Тюремные тетради. М.: Политиздат, 1991.
17. Гринев-Гриневич С.В. Основы семиотики. М.: Флинта, 2012.
18. Дьякова Е.Г., Трахтенберг А.Д. Массовая коммуникация и проблема конструирования реальности: анализ основных теоретических подходов. Екатеринбург: УрО РАН, 1999.
19. Ибарра П., Китсьюз Дж. Дискурс выдвижения утверждений-требований и просторечные ресурсы / Социальные проблемы: конструкционистское прочтение. Хрестоматия. Казань: Изд-во Казанск. ун-та, 2007. С. 55–114.
20. Йоргенсен М.В., Филлипс Л.Дж. Дискурс-анализ. Теория и метод. Харьков: Гуманитарный центр, 2004.
21. Кастельс М. Галактика Интернет. Екатеринбург: У-Фактория, 2004.
22. Кастельс М. Информационная эпоха. М.: ГУ-ВШЭ, 2000.
23. Киник К., Кругман Д., Камерон Г. «Усталость сострадать»: коммуникация и чувство опустошенности в отношении социальных проблем / Средства массовой коммуникации и социальные проблемы: хрестоматия / пер. с англ. и сост. И.Г. Ясавеев. Казань: Изд-во КГУ, 2000. C. 187–218.
24. Лазарсфельд П., Мертон Р. Массовая коммуникация, массовые вкусы и организованное социальное действие: Пер. с англ. / Назаров М.М. Массовая коммуникация в современном мире. М.: Аванти Плюс, 2004. С. 243–256.
25. Лассвелл Г. Структура и функции коммуникации в обществе: Пер. с англ. / Назаров М.М. Массовая коммуникация в современном мире. М.: Аванти Плюс, 2004. С. 233–242.
26. Липпман У. Общественное мнение. М.: Институт Фонда «Общественное мнение», 2004.
27. Луман Н. Реальность массмедиа. М.: Праксис, 2005.
28. Маккуэйл Д. Массовая коммуникация и общественный интерес: к вопросу о социальной теории структуры и функционирования медиа: Пер. с англ. / Назаров М.М. Массовая коммуникация в современном мире. М.: Аванти Плюс, 2004. С. 297–308.
29. Маклюэн М. Понимание медиа: внешние расширения человека. М.: Кучково поле, 2007.
30. Маркузе Г. Одномерный человек. М.: Директмедиа Паблишинг, 2007.
31. Матвеева Л.В. Психология телевизионной коммуникации. М.: РИП-холдинг, 2004.
32. Матисон Д. Медиа дискурс. Харьков: Гуманитарный центр, 2013.
33. Мертон Р. Явные и латентные функции / Американская социологическая мысль: Тексты. М.: МГУ 1994. С. 379–448.
34. Моль А. Социодинамика культуры. М.: Изд-во ЛКИ, 2008.
35. Ноэль-Нойман Э. Общественное мнение. Открытие спирали молчания. М.: Прогресс-Академия, Весь Мир, 1996.
36. Пажес Ж.-П. Конфликты и общественное мнение // Социс. 1991. № 7. С. 107–115.
37. Постман Н. «А теперь, ... о другом ...»: Пер. с англ. / Назаров М.М. Массовая коммуникация в современном мире. М.: Аванти Плюс, 2004. С. 273–283.
38. Сиберт Ф.С., Питерсон Т., Шрамм У. Четыре теории прессы. М.: Нац. ин-т прессы, Вагриус, 1998.
39. Социальные проблемы: конструкционистское прочтение / Под ред. И.Г. Ясавеева. Казань: Изд-во Казанского ун-та, 2007.
40. Томпсон Дж.Б. Идеология и современная культура: Пер. с англ. / Назаров М.М. Массовая коммуникация в современном мире. М.: Аванти Плюс, 2004. С. 257–264.
41. Тоффлер Э. Третья волна. М.: АСТ, 2004.
42. Урри Дж. Мобильности. М.: Издательство: Праксис, 2012.
43. Хабермас Ю. Моральное сознание и коммуникативное действие. М.: Наука, 2006.
44. Хилгартнер С., Боск Ч.Л. Рост и упадок социальных проблем: концепция публичных арен / Социальные проблемы: конструкционистское прочтение. Хрестоматия. Казань: Изд-во Казанск. ун-та, 2007. С. 145–184.
45. Харрис Р. Психология массовых коммуникаций. СПб.: Прайм-Еврознак, 2003.
46. Хоркхаймер М., Адорно Т.В. Диалектика просвещения. М., СПб.: Медиум, Ювента, 1997.
47. Черных А.И. Медиа и ритуалы. Москва, Санкт-Петербург: Университетская книга, 2013.
48. Черных А.И. Мир современных медиа. М.: Территория будущего, 2007.
49. Шаповалов В.Ф. Являются ли «масс-медиа» средствами коммуникации? Опыт теоретической деконструкции // Медиаскоп. 2009. №2. URL: <http://mediascope.ru/node/358>
50. Шарков Ф.И. Коммуникология: социология массовой коммуникации: Учебное пособие. М.: «Дашков и К°», 2010.
51. Шиллер Г. Манипуляторы сознанием. М.: Мысль, 1980.
52. Ширки К. Включи мозги. Свободное время в эпоху Интернета: пер. с англ. М.: Карьера Пресс, 2012.
53. Эко У. Отсутствующая структура. Введение в семиологию. М.: Симпозиум, 2006.
54. Ясавеев И.Г. Конструирование социальных проблем средствами массовой коммуникации. Казань: Изд-во Казанск. ун-та, 2004.

***Дополнительная литература на иностранных языках:***

1. Adams, P.C. (2009) *Geographies of Media and Communication: A Critical Introduction*, L.: Wiley-Blackwell.
2. Barzilai-Nahon, К. (2008) ‘Toward a theory of network gatekeeping: A framework for exploring information control’, Journal of the American Society for Information Science and Technology, 59(9): 1493–1512. URL: <http://comm181.pbworks.com/f/GatekeepingSalienceTheory.pdf>
3. Cammaerts, B. (2012) ‘Protest logics and the mediation opportunity structure’, *European Journal of Communication*, 27(2): 117–34.
4. Cammaerts, B., Mattoni, A. and McCurdy, P. (eds) (2013) *Mediation and Protest Movements,* Bristol: Intellect.
5. Castells, M. (2011) *Communication power*, Oxford; New York: Oxford University Press.
6. Castells, M. (2012) *Networks of Outrage and Hope: Social Movements in the Internet Age*, Cambridge: Polity Press.
7. Cottle, S. (2006) ‘Mediatized rituals: Beyond manufacturing consent’, *Media, Culture & Society*, 28(3): 411–32.
8. Couldry N. and McCarthy, A. (eds) (2004) *Mediaspace: Place, Scale and Culture in a Media Age*, New York: Routledge.
9. Couldry, N. (2008) ‘Mediatization or mediation? Alternative understandings of the emergent space of digital storytelling’, *New Media & Society*, 10: 373–91.
10. Cui, X. (2013) ‘Media events are still alive: The opening ceremony of the Beijing Olympics as a media ritual’, *International Journal of Communication*, 7: 1220–35.
11. Dayan, D. and Katz, E. (1992) *Media events: The live broadcasting of history*, Cambridge, MA: Harvard University Press.
12. della Porta, D. (2011) ‘Communications in movements: Social movement as agents of participatory democracy’, *Information, Communication, and Society*, 14(6): 800–19.
13. Falkheimer, J. and Jansson, A. (eds) (2006) *Geographies of Communication: The Spatial Turn in Media Studies*,Göteborg: Nordicom.
14. Fiske, J. (1994) *Media matters: Everyday culture and political change*, Minneapolis: University of Minnesota Press.
15. Flew, T. (2014) *New media*, Oxford; New York: Oxford University Press.
16. Hanson, R.E. (2014) *Mass communication*, Los Angeles [etc.]: SAGE Publications.
17. Hepp, A. (2013) *Cultures of mediatization*, Cambridge: Polity Press.
18. Hepp, A. and Couldry, N. (2010) ‘Introduction: Media events in globalized media cultures’, pp. 1–20 in N. Couldry, A. Hepp and F. Krotz (eds) *Media events in a global age*, Abingdon: Routledge.
19. Hjarvard, S. (2008) ‘The Mediatization of Society. A Theory of the Media as Agents of Social and Cultural Change’, *Nordicom Review*, 29 (2): 105–34. URL: http://www.nordicom.gu.se/common/publ\_pdf/270\_hjarvard.pdf
20. Jenkins, H. (2006). *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*, New York: New York University Press. URL: http://talkingobjects.files.wordpress.com/2011/08/book-by-henry-jenkins-convergence-culture2.pdf
21. Jiménez-Martínez, C. (2014) ‘Disasters as media events: the rescue of the Chilean miners in national and global television’, *International Journal of Communication*, 8: 1807–30.
22. Katz, E. and Liebes, T. (2007) ‘No more peace! How disaster, terror and war have upstaged media events’, *International Journal of Communication*, 1: 157–66.
23. Kellner, D. (2010) ‘Media spectacle and media events’, pp. 76–91 in N. Couldry, A. Hepp and F. Krotz (eds) *Media events in a global age*, Abingdon: Routledge.
24. Livingstone S. (2009) ‘On the mediation of everything: ICA presidential address 2008’, *Journal of communication*, 59(1): 1–18. URL: http:// eprints.lse.ac.uk/21420/1/On\_the\_ mediation\_of\_everything\_(LSERO).pdf
25. Mattoni, A. (2013) ‘Repertoires of Communication in Social Movement Processes’, pp. 39–56 in B. Cammaerts, A. Mattoni and P. McCurdy (eds) *Mediation and Protest Movements*, Bristol: Intellect.
26. Morozov, E. (2011) *The net delusion: The dark side of Internet freedom.* New York: Public Affairs.
27. Postman N. (2008) *How to watch TV news*, London: Penguin Books.

***По теории журналистики:***

**10.4. Базовый учебник**

1. Прохоров Е.П. Введение в теорию журналистики. М., 2010.

## 10.5. Основная литература

1. Брайан Д., Томпсон С. Основы воздействия СМИ. М., 2004.
2. Бурдье П. О телевидении и журналистике. М., 2002.
3. Вартанова Е. Л. Теория СМИ. Актуальные вопросы. М., 2009.
4. Ворошилов В.В. Журналистика. Базовый курс. СПб., 2006.
5. [Лазутина Г.В. Основы творческой деятельности журналиста. Учебник](http://evartist.narod.ru/text6/39.htm). М., 2001.
6. [Лазутина Г.В. Профессиональная этика журналиста](http://evartist.narod.ru/text10/09.htm). М., 2011.
7. Гуревич П.С. Газета: вчера, сегодня, завтра. М., 2004.
8. Интернет-СМИ. Теория и практика. Под ред. М.М. Лукиной. М., 2010.
9. Радиожурналистика. Под ред. А.А. Шереля. М., 2005.
10. Телевизионная журналистика / ред. Г. Кузнецов, В. Цвик, А. Юровский. М., 2005.
11. Лазутина Г.В., Распопова С.С. Жанры журналистского творчества. М., 2011.

**10.6. Дополнительная литература**

1. Авраамов Д.С. Профессиональная этика журналиста. М., 2003.
2. Амзин А. Новостная интернет-журналистика. М., 2011.
3. Ахмадулин Е. В. Основы теории журналистики: Учебное пособие. Ростов-на-Дону, 2008.
4. Вартанова Е.Л. Постсоветские трансформации российских СМИ и журналистика. М., 2013.
5. Гуревич П.С. Газета: вчера, сегодня, завтра. М., 2004.
6. Деннис Э., Мэррилл Д. Беседы о масс-медиа. М., 1997.
7. Система средств массовой информации России / под ред. Я. Засурского. М., 2003.
8. Ким Н.М. Новостная журналистика. СПб., 2005.
9. Корконосенко С. Г. Теория журналистики: моделирование и применение. М., 2009.
10. Красникова Е.А. Этика и психология профессиональной деятельности. М., 2005.
11. Ламбет Эдмонд Б. Приверженность журналистскому долгу. Об этическом подходе в журналистской профессии. М., 1998.
12. Лозовский Б. Н. «Четвертая власть» и общество. М., 2001.
13. Маклюэн М. Понимание медиа: внешние расширения человека. М., 2007.
14. [Олешко В.Ф. Журналистика как творчество](http://evartist.narod.ru/text8/26.htm). М., 2003.
15. Основные понятия теории журналистики. М., 1993.
16. Правовые и этические нормы в журналистике / сост. Е.П. Прохоров. М., 2008.
17. Прохоров Е. П. Журналистика и демократия. М., 2010.
18. Радиожурналистика / под ред. А.А. Шереля. М., 2005.
19. Свитич Л. Г.Профессия – журналист. М., 2010.
20. Смирнов В.В. Жанры радиожурналистики. М., 2002
21. Средства массовой информации и формирование гражданского общества / под ред. А. И. Верховской. М., 2010.
22. Телевизионная журналистика / под ред. Г. Кузнецова, В. Цвик, А. Юровского. М., 2005.
23. Теория и социология СМИ. Ежегодник. М., 2010.
24. Тертычный А.А. Аналитическая журналистика. М., 2010.
25. [Тертычный А.А. Жанры периодической печати](http://www.evartist.narod.ru/text2/01.htm). М., 2014.
26. Цвик В.Л. Телевизионная журналистика. История, теория, практика. Учебное пособие. М., 2004.
27. Шкловский В.Б. Тетива. О несходстве сходного. М., 2011.

***Дополнительная литература на иностранных языках:***

1. Lasswell H. The structure and function of communication in society. Bryson, 1948.
2. Normative theories of the media: journalism in democratic societies. Clifford G. Christians, Theodore Glasser, Denis McQuail. University of Illinois Press, 2009.
3. Media theories and approaches: a global perspective. Mark Balnaves, Stephanie Donald, Brian Shoesmith. Palgrave Macmillan, 2009.
4. Lowenstein R.L. and Merrill J.C. Macromedia: Mission, Message and Morality. N.Y., 1990.

# 11. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Стандартно оборудованные лекционные аудитории для проведения интерактивных лекций: видеопроектор, экран настенный, ноутбук, жалюзи на окнах.