



Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики»
Программа дисциплины «Теория и практика современной коммуникативистики» для
направления 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью» подготовки магистра для
магистерской программы «Интегрированные коммуникации»

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

Факультет коммуникаций, медиа и дизайна
Департамент интегрированных коммуникаций

**Рабочая программа дисциплины
"Теория и методология современной коммуникативистики"**

для образовательной программы «Интегрированные коммуникации» направления
подготовки 42.04.01 "Реклама и связи с общественностью"
уровень: магистр

Версия автора

Разработчики программы:

Каширских Олег Николаевич, PhD, доцент, kesh@hse.ru; Репина Екатерина Анатольевна,
к.ф.н., доцент, erepina@hse.ru; Рождественская Елена Юрьевна, д.с.н., профессор,
erozhdestvenskaya@hse.ru

Москва, 2015

*Настоящая программа не может быть использована другими подразделениями
университета и другими вузами без разрешения кафедры-разработчика программы.*



I 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 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью» подготовки магистра, обучающихся по магистерской программе «Интегрированные коммуникации», изучающих дисциплину «Теория и методология современной коммуникативистики»

Программа разработана в соответствии с:

- Образовательным стандартом федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего профессионального образования национального исследовательского университета «Высшая школа экономики» по направлению «Реклама и связи с общественностью» подготовки магистра
- Рабочим учебным планом университета по направлению 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью» подготовки магистра, утвержденного в 2015 г.

II Цели освоения дисциплины

Целями освоения дисциплины «Теория и методология современной коммуникативистики» являются:

- раскрыть содержание основных теоретических концепций и понятий, используемых в современной коммуникативистике применительно к сфере информационного пространства,
- сформировать у слушателей представление о наиболее влиятельных исследовательских подходах в изучении данного проблемного поля, применяемых в мировой и отечественной науке,
- помочь учащимся овладеть необходимыми знаниями и навыками практического применения и использования основных методов и методик, существующих в коммуникативистике и смежных дисциплинах.

III Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

В результате освоения дисциплины магистр должен:

- Знать основные теоретические подходы и концепции современной коммуникативистики,
- Уметь свободно ориентироваться в проблемах формирования и функционирования современного информационного пространства,
- Приобрести навыки анализа функционирования обычных и электронных медиа.

Компетенция	Код по ФГОС/ НИУ	Дескрипторы – основные признаки освоения (показатели достижения результата)	Формы и методы обучения, способствующие формированию и развитию компетенции
способен рефлексировать, оценивать и перерабатывать освоенные научные	СК-1	Владеет основными концепциями и методами современной коммуникативистики.	Лекционные занятия. Семинарские занятия с разбором кейсов, деловых игр, просмотром и



методы и способы деятельности			анализом образовательного видео. Самостоятельная работа по изучению литературы и источников.
способен к самостоятельному освоению новых методов исследования, изменению научного и научно-производственного профиля своей деятельности	СК-3	Демонстрирует навыки самостоятельного применения изученных методов в процессе практической деятельности и совершенствования профессиональных навыков	Самостоятельная работа по изучению литературы и источников. Мастер-классы по методологии научных исследований в области PR и рекламы
способен совершенствовать и развивать свой интеллектуальный и культурный уровень, строить траекторию профессионального развития и карьеры	СК-4	Демонстрирует способности самостоятельного совершенствования научных и профессиональных навыков	Самостоятельная работа по изучению литературы и источников. Мастер-классы по методологии научных исследований в области PR и рекламы. Лекционные занятия. Семинарские занятия с разбором кейсов.
способен анализировать, верифицировать, оценивать полноту информации в ходе профессиональной деятельности, при необходимости восполнять и синтезировать недостающую информацию и работать в условиях неопределенности	СК-6	Владеет знаниями и умениями, необходимыми для восполнения информационных дефицитов на основе знания основных концепций современной коммуникативистики	Самостоятельная работа по изучению литературы и источников. Мастер-классы по методологии научных исследований в области PR и рекламы. Лекционные занятия. Семинарские занятия с разбором кейсов.
способен вести профессиональную, в том числе научно-исследовательскую деятельность в международной среде	СК-8	Владеет и демонстрирует знание международных стандартов изучения современной коммуникативистики	Лекционные занятия. Семинарские занятия с разбором кейсов. Мастер-классы по методологии научных исследований в области PR и рекламы
способен к разработке концептуальных	ПК-13	Демонстрирует навыки по применению теоретических знаний в	Конструирование моделей применения



моделей, рабочих планов и программ проведения научных исследований в области рекламы и связей с общественностью		области коммуникативистики в практической деятельности	теоретических знаний в профессиональной деятельности в рамках практических занятий и семинаров
способен ставить задачи исследования, выбирать методы экспериментальной работы, подготавливать базу для научных исследований	ПК-26	Владеет основными концепциями теории коммуникаций и методами для работы с ними	Написание эссе и письменных контрольных работ на семинарах и практических занятиях
способен применять, творчески развивать накопленные знания и опираться на них в подготовке и написании и защите научно-исследовательских работ	ПК-28	Демонстрирует навыки использования накопленных в рамках курса знаний в процессе написания научно-исследовательских работ (курсовые и магистерские диссертации)	Написание эссе и письменных контрольных работ на семинарах и практических занятиях

IV Место дисциплины в структуре образовательной программы

Для студентов образовательной программы «Интегрированные коммуникации» направления 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью» подготовки магистра настоящая дисциплина является обязательной.

Изучение данной дисциплины базируется на следующих дисциплинах:

- Научно-исследовательский семинар
- Интегрированные коммуникации
- Межкультурные коммуникации

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

- владеть знаниями об особенностях функционирования и взаимодействия основных сфер общества в точки зрения коммуникационных теорий.
- иметь базовые знания современных концепций и методов в коммуникативистике,
- представлять суть процессов социализации и символизации, особенности дискурсивных практик

Основные положения дисциплины должны быть использованы в дальнейшем при подготовке магистерской диссертации.



V Тематический план учебной дисциплины

№	Название раздела	Всего часов	Аудиторные часы			Самостоятельная работа
			Лекции	Семинары	Практические занятия	
1.	Речевая деятельность как специфический вид деятельности человека, ее особенности.	26	2	8		16
2.	Коммуникативная деятельность. Групповая и массовая коммуникация.	20	2	6		12
3.	Действительность, текст, дискурс как составляющие структуры и содержания коммуникации. Дискурсивный анализ.	28	4	8		16
4.	Качественные методы научного анализа. Невербальная коммуникация	32	4	8		20
5.	Прагматика коммуникации: символический интеракционизм Джоржа Мида и Герберта Блумлера	24	2	8		14
6.	Коммуникативная рациональность публичной сферы	26	4	8		14
7.	Меди-эффекты: внимание, рефлексия, мотивация	32	4	8		20
	Всего	190	24	52		114

VI Формы контроля знаний студентов

Тип контроля	Форма контроля	1	2	3	Параметры
Текущий	Контрольная работа	*			письменный
	Эссе		*		письменный
	Домашнее задание			*	письменный
Итоговый	Экзамен			*	Устный

1 Критерии оценки знаний, навыков

В ходе текущего контроля, проводимого постоянно, фиксируется посещаемость лекционных и семинарских занятий, активность студентов на семинарах – выступления с докладами, участие в дискуссиях. В этих процессах формируются и закрепляются основные системные, профессиональные, как инструментальные, так и социально-личностные компетенции студента.

В рамках текущего контроля студент должен продемонстрировать понимание основных проблем и современных интерпретаций процессов, протекающих в сфере постоянно меняющихся коммуникационных процессов в рамках медиатизированного общества, показать способность



анализировать эти социально значимые изменения медиапространства на основе полученных знаний и умений, понимать специфику анализа символических (медиативных) оснований происходящих в условиях глобализации процессов, уметь ее выявить и продемонстрировать, хорошо представлять особенности функционирования традиционных и электронных медиа и их «дополнительность» в общем информационном пространстве.

В результате изучения курса студент должен приобрести навыки фундированного анализа – с опорой на основные понятия современной коммуникативистики и смежных социальных и гуманитарных дисциплин—проблем и процессов, формирующих современное информационное поле.

Оценки по всем формам контроля выставляются по 10-ти балльной шкале.

2 Порядок формирования оценок по дисциплине

Преподаватель оценивает работу студентов на семинарских занятиях: активность на занятиях, правильность выполнения заданий, использование дополнительного материала, участие в дискуссиях и групповой работе. Оценки по 10-ти балльной шкале за работу на семинарских занятиях преподаватель выставляет в рабочую ведомость за каждый модуль – $O_{\text{ауд.1}}$, $O_{\text{ауд.2}}$, $O_{\text{ауд.3}}$

$$O_{\text{промежуточная1}} = 0,6 O_{\text{текущая1}} + 0,4 O_{\text{ауд.}} \text{ (за 1 модуль)}$$

Где

$O_{\text{ауд.1}}$ – оценка за активность на семинарах в 1 модуле

$O_{\text{текущая1}}$ - – оценка за контрольную работу

$$O_{\text{промежуточная2}} = 0,4 * O_{\text{ауд.2}} + 0,6 * O_{\text{текущая2}}$$

где $O_{\text{ауд.2}}$ - оценка за работу на семинарах во 2 модуле

где $O_{\text{текущая2}}$ – оценка за эссе

$$O_{\text{промежуточная3}} = 0,6 * O_{\text{текущая3}} + 0,4 * O_{\text{ауд.3}}$$

где

$O_{\text{текущая3}}$ - оценка за выполнение домашнего задания (текущая форма контроля)

$O_{\text{ауд.3}}$ - оценка за работу на семинарах в 3 модуле

$$O_{\text{накопленная итоговая}} = (O_{\text{промежуточная1}} + O_{\text{промежуточная2}} + O_{\text{промежуточная3}}) / 3$$

В диплом выставляется результирующая оценка по учебной дисциплине, которая формируется по следующей формуле:

$$O_{\text{результующая}} = 0,5 * O_{\text{накопленная итоговая}} + 0,5 * O_{\text{экзамен}}$$

Способ округления результирующей оценки и оценки за экзамен – арифметический



VII. Содержание дисциплины

1. Речевая деятельность как специфический вид деятельности человека, ее особенности.

Подходы к языку В. Гумбольта и А.А. Потебни. Школа Л.С. Выготского. Речевая деятельность (РД) в психолингвистике: теория А.А. Леонтьева. Уровневая структура РД. Характеристика психологических механизмов. Механизм «упреждающего анализа и синтеза» (прогнозирования речи). Виды речевой деятельности. Язык и речь в речевой деятельности.

Основная литература:

1. Белянин В.П. Психолингвистика: Учебник. – М., 2003.
2. Дридзе Т.М. Текстовая деятельность в структуре социальной коммуникации. – М., 1984.
3. Зимняя И.А. Лингвопсихология речевой деятельности. – М.: Московский психолого-социальный институт, Воронеж: НПО "МОДЭК", 2001.
4. Красных В.В. Виртуальная реальность или реальная виртуальность? Человек. Сознание. Коммуникация. – М., 1998.

Дополнительная литература:

1. Ван Дейк Т.А. Язык. Познание. Коммуникация. М., 1989.
2. Воркачев С.Г. Лингвокультурология, языковая личность, концепт: становление антропоцентрической парадигмы в языкознании. // Филологические науки, 2001. №1.
3. Выготский Л.С. Мышление и речь. – М., 1934.
4. Кандинский Б.С. Коммуникативная организация текста. // Грамматика и смысловые категории текста. – М., 1982.
5. Каменская О.Л. Текст и коммуникация. – М., 1990.
6. Караулов Ю.Н. Русский язык и языковая личность. – М., 1987.
7. Колшанский Г.В. Коммуникативная функция и структура языка. – М., 1984.
8. Леонтьев А.А. Слово в речевой деятельности. – М., 1965.

Количество часов аудиторной работы: 6

Предусмотрено проведение дискуссий на семинарском занятии.

Самостоятельная работа (общий объем – 6 часов).

2. Коммуникативная деятельность. Групповая и массовая коммуникация.

Групповая коммуникация и ее особенности. Теория символической конвергенции Э.Бормана. Массовая коммуникация и методы ее исследования. Структура и функции массовой коммуникации. Семиотика Р.Барта. Гипотеза культивации (Дж. Гербнер, Л. Гросс). Теория использования и удовлетворения И.Каца.

Основная литература:

1. Griffin Emory A. A first look at communication theory / Published by McGraw-Hill, an imprint of The McGraw-Hill Companies, Inc., 1221 Avenue of the Americas, New York, NY 10020.
2. Харрис Р. Психология массовых коммуникаций. – М., 2003.

Количество часов аудиторной работы: 6

Предусмотрено проведение дискуссий на семинарском занятии.



Самостоятельная работа (общий объем – 6 часов).

3. Действительность, текст, дискурс как составляющие структуры и содержания коммуникации. Дискурсивный анализ.

Действительность, текст, дискурс: соотношение понятий. Дискурс как объект междисциплинарных исследований. Дискурс как психолингвистическая реальность. Дискурсивный анализ: терминологический и категориальный аппарат, основные направления анализа. Пересечение подходов к дискурс-анализу. Критический дискурс-анализ как научный подход. Дискурсивная психология. Структура дискурса. Категории, характеризующие дискурс: актуальное членение, presupposition, субъективная модальность, конситуация, коммуникативный акт. Прецедентные феномены.

Основная литература:

1. Йоргенсен, Марианне В., Филлипс, Луиза Дж. Дискурс-анализ. Теория и метод / пер. с англ. — 2-е изд., испр. — Х.: Изд-во «Гуманитарный центр», 2008.
2. Гудков Д.Б. Прецедентное имя и проблемы прецедентности. – М., 2000.

Дополнительная литература

1. Борботько В.Г. Принципы формирования дискурса: От психолингвистики к лингвосинергетике. Изд.3, испр. – М., 2009.
2. Красных В.В. Виртуальная реальность или реальная виртуальность? Человек. Сознание. Коммуникация. – М., 1998.
3. Чернявская В. Е. От анализа текста к анализу дискурса // Текст и дискурс: традиционный и когнитивно-функциональный аспекты исследования. Рязань, 2002.
4. Zammuner V.L. Speech production: Strategies in discourse planning: A theoretical and empirical planning. – Hamburg, 1981.

Количество часов аудиторной работы: 8

Предусмотрено проведение дискуссий на семинарском занятии.

Самостоятельная работа (общий объем – 6 часов).

4. Качественные методы научного анализа. Невербальная коммуникация

Глубинное интервью. Анализ текста глубинного интервью. Подготовка к интервью, выбор места и процедуры настраивания на реминисценцию. Нормативное поведение интервьюера и его контроль над ситуацией. Анализ невербальной коммуникации. Анализ визуальных документов. Социальная практика коммуникации в отношении визуализации.

Количество часов аудиторной работы: 20.

Предусмотрено проведение дискуссий на семинарском занятии.

Самостоятельная работа (общий объем – 20 часов): подготовка к семинарским занятиям, выполнение домашней работы

Основная литература:

1. Белановский С.А. Свободное интервью как метод социологического исследования. // Социология 4 М. 1991. N 2. С.5-19



2. Готлиб А.С. Введение в социологическое исследование: качественный и количественный подходы. Методология. Исследовательские практики: Учебное пособие. М.: Изд-во Прогресс-Традиция, 2009.
3. Девятко И. Ф. Методы социологического исследования: учебное пособие для вузов.- М.: Книжный дом "Университет", 2006.
4. Брекнер Р. Изображенное тело. Методика анализа фотографии // Интеракция. Интервью. Интерпретация. 2007. №4. С. 13-32.
5. Визуальная антропология: новые взгляды на социальную реальность. Сб.науч.ст./ Под ред. Е.Р.Ярской –Смирновой, П.В.Романова, В.Л.Круткина. Саратов: Научная книга. 2007.

Дополнительная литература:

1. Крейдлин Г.Е. Невербальная семиотика. М.: "Новое литературное обозрение", 2002.
2. Рождественская Е.Ю.Перспективы визуальной социологии // Социологический журнал, 2008, № 4, с.70-83.

5. Прагматика и коммуникации: символический интеракционизм Джоржа Мида и Герберта Блумера

Человека как действующий субъект, формирующего бытие в соответствии со своими целями, и общество как результат межличностной коммуникации. Роль языка и «разговор жестов» в организации взаимодействия. Общество как процесс взаимодействия. Социальная природа мышления: мышление как «внутренний диалог», социальность как «множественность перспектив». Социально-психологические идеи Мида в их интерпретации и систематизации Гербертом Блумером.

Основная литература:

- Блумер Г. Социологические импликации мышления Джорджа Герберта Мида // Социальные и гуманитарные науки. Сер. 11. Социология. 2008, № 1. С. 114-133.
- Блумер Г. Общество как символическая интеракция
- Мид Дж. Г. Я и организм // Социальные и гуманитарные науки. Сер. 11. Социология. 1997, № 4. С. 164-172

Дополнительная литература:

- Блумер Г. Коллективное поведение // Американская социологическая мысль: Тексты. М., 1996. С. 166-212.
- Блумер Г. Общественное мнение и опросы общественного мнения // Социальные и гуманитарные науки. Сер. 11. Социология. 2008, № 3. С. 150-167.
- Козер Л. Мастера социологической мысли. М., 2006. С. 239-274.
- Ритцер Дж. Современные социологические теории. СПб., 2002. С. 242-259.

Количество часов аудиторной работы: 8

Предусмотрено проведение дискуссий на семинарском занятии.

Самостоятельная работа (общий объем – 6 часов).

6. Коммуникативная рациональность публичной сферы



Коммуникативная рациональность: рациональность выражения и рациональность действия. Стратегическое и коммуникативное действие. Идеальная речевая ситуация. Публичная сфера и ее структурная трансформация. Противопоставление «системы» и «жизненного мира» как концептуализация межсубъектного подхода к пониманию современности. Сила аргументированной речи и коммуникативная рациональность. Переход от субъект-центрированного к коммуникативному разуму.

Основная литература:

Хабермас Юрген (2003) *Философский дискурс о модерне* Пер. с нем. — М.: Издательство «Весь Мир», с. 179-194.

Дополнительная литература:

Хабермас Ю. Отношения между системой и жизненным миром в условиях позднего капитализма // THESIS, Весна, 1993. С. 123-137

Хабермас Ю. Структурная трансформация публичной сферы. Гл. 5, 6.

Волков В. Общественность: забытая практика гражданского общества // "Pro et Contra" Том 2, 1997 год, № 4

Хабермас Ю. (1993) Теория коммуникативного действия // Вестник Московского университета. Серия 7: Философия. №4, 43-63.

Количество часов аудиторной работы: 6

Предусмотрено проведение дискуссий на семинарском занятии.

Самостоятельная работа (общий объем – 4 часов).

7. Меди-эффекты: внимание, рефлексия, мотивация

Фрейм как организация повседневного опыта (Ирвинг Гоффман). Фрейминг как процесс присвоения значений. Фрейм как способ смыслообразования на основе институционального языка и институциональных практик. Агенда-сеттинг, прайминг и фрейминг: эволюция объяснительной модели. Метакоммуникативные сообщения и «контекст контекстов».

Основная литература:

Entmann R. M. (1993) Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm. In: *Journal of Communication* 43 (4), 51–58.

Kahneman, D., & Tversky, A. (1984). Choices, values and frames. In: *American Psychologist* 39, 341–350.

Weaver D. (2007) Thoughts on Agenda Setting, Framing, and Priming. In: *Journal of Communication* 57, 142–147

Hallahan K. (1999) Seven Models of Framing: Implications for Public Relations. In: *Journal of Public Relations Research* 11(3), 205–242

Дополнительная литература:



Scheufele D. A. and Tewksbury D. (2007) Framing, Agenda Setting, and Priming: The Evolution of Three Media Effects Models». In: Journal of Communication 57 (1), 9–20.

Blumer, H. (1971). Social problems as collective behavior. In: Social Problems 18, 298–306.

Количество часов аудиторной работы: 5

Предусмотрено проведение дискуссий на семинарском занятии.

Самостоятельная работа (общий объем – 2 часов).

VIII. Образовательные технологии

В образовательном курсе будут использованы:

- создание дискуссионных площадок для защиты тезисов исследования,
- публичная защита основных положений исследования,
- разбор кейсов семинарских занятий,
- подготовка к семинарским занятиям в форме презентации проектов.

IX. Оценочные средства для текущего контроля и аттестации студента

1. Тематика заданий текущего контроля и экзаменационных заданий

- прайминг
- фрейминг
- коммуникативная рациональность и публичная сфера
- информационное общество

X. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

1 Базовый учебник

Единственного источника, который может рассматриваться в качестве базового учебника, нет. В качестве основных предлагаются следующие учебно-методические издания и научные монографии:

2 Основная литература

1. Белянин В.П. Психолингвистика: Учебник. – М., 2003.
2. Гудков Д.Б. Прецедентное имя и проблемы прецедентности. – М., 2000.
3. Дридзе Т.М. Текстовая деятельность в структуре социальной коммуникации. – М., 1984.
4. Зимняя И.А. Лингвopsихология речевой деятельности. – М.: Московский психолого-социальный институт, Воронеж: НПО "МОДЭК", 2001.
5. Йоргенсен, Марианне В., Филлипс, Луиза Дж. Дискурс-анализ. Теория и метод / пер. с англ. — 2-е изд., испр. — Х.: Изд-во «Гуманитарный центр», 2008.
6. Красных В.В. Виртуальная реальность или реальная виртуальность? Человек. Сознание. Коммуникация. – М., 1998.
7. Харрис Р. Психология массовых коммуникаций. Пер. с англ. СПб: Прпйм-Еврознак, М.: Олма-Пресс, 2003.
8. Griffin Emory A. A first look at communication theory / Published by McGraw-Hill, an imprint of The McGraw-Hill Companies, Inc., 1221 Avenue of the Americas, New York, NY 10020.

Дополнительная литература



9. Борботько В.Г. Принципы формирования дискурса: От психолингвистики к лингвосинергетике. Изд.3, испр. – М., 2009.
 10. Ван Дейк Т.А. Язык. Познание. Коммуникация. М., 1989.
 11. Воркачев С.Г. Лингвокультурология, языковая личность, концепт: становление антропоцентрической парадигмы в языкознании. // Филологические науки, 2001. №1.
 12. Выготский Л.С. Мышление и речь. – М., 1934.
 13. Кандинский Б.С. Коммуникативная организация текста. // Грамматика и смысловые категории текста. – М., 1982.
 14. Каменская О.Л. Текст и коммуникация. – М., 1990.
 15. Караулов Ю.Н. Русский язык и языковая личность. – М., 1987.
 16. Колшанский Г.В. Коммуникативная функция и структура языка. – М., 1984.
 17. Леонтьев А.А. Слово в речевой деятельности. – М., 1965.
 18. Чернявская В. Е. От анализа текста к анализу дискурса // Текст и дискурс: традиционный и когнитивно-функциональный аспекты исследования. Рязань, 2002.
 19. Zammuner V.L. Speech production: Strategies in discourse planning: A theoretical and empirical planning. – Hamburg, 1981.
-
1. Canonic texts in media research: are they any? should there be? how about these? Ed. by Elihu Katz et al. Polity Press, 2003.
 2. Katz, Elihu & Dayan, Daniel. Media Events. Cambridge, MA: Harvard University Press, 1992.
 3. Андрунас А.Л. Информационная элита: корпорации и рынок новостей. М., 1997.
 4. Ашкерев, Андрей. Экспертотократия. Управление знаниями: производство и обращение информации в эпоху ультракапитализма. М.: изд-во «Европа», 2009.
 5. Беспалов П.В. Информационная политика. М.: изд-во РАГС, 2003.
 6. Бурдые П. О телевидении и журналистике / Пер. с фр. Т.В.Анисимовой и Ю.В.Марковой. Отв. Ред и предисл. Н.А.Шматко. М.: Фонд научных исследований «Прагматика культуры», Ин-т экспериментальной социологии. 2002.
 7. Блакар Р. Язык как инструмент социальной власти // Язык и моделирование социального взаимодействия. М., 1987.
 8. Бурдые П. О телевидении и журналистике. Пер. с фр. М.: Фонд научных исследований «Прагматика культуры», Институт экспериментальной социологии, 2002.
 9. Бурдые П. Общественное мнение не существует// Пьер Бурдые. Социология политики / Пер. с фр. М.: Socio-Logos, 1993.
 10. Ван Дейк Т.А. Язык. Познание. Коммуникация. М., 1989.
 11. Вирилио П. Информационная бомба. Стратегия обмана. Пер. с фр. М.:Фонд научных исследований «Прагматика культуры», Гнозис, 2002.
 12. Винтерхофф-Шпурк П. Медиапсихология. Основные принципы. Харьков: Гуманитарный центр, 2007.
 13. Дебор Ги. Общество спектакля. Пер. с фр., М.:Логос, Радек, 2000.
 14. Дебре, Режи. Введение в медиологию /Пер. с фр. Б.М.Скуратова. М.: Праксис, 2009.
 15. Дьякова Е.Г., Трахтенберг А.Д. Массовая коммуникация и проблема конструирования реальности: анализ основных теоретических подходов. Екатеринбург: УрО РАН, 1999.



16. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура. Пер. с англ. М.: ГУ-ВШЭ, 2000.
17. Киттлер, Фридрих. Оптические медиа. Берлинские лекции 1999 г./Пер. с нем. О.Никифорова и Б.Скуратова. М.: издательство «Логос», 2009.
18. Луман, Никлас. Реальность массмедиа. Пер. с нем. А.Ю.Антоновского. 2-ое изд. М.: «Канон +» РООИ «Реабилитация», 2012.
19. Мак-Люэн М. Галактика Гуттенберга. Сотворение человека печатной культуры. Пер. с англ. Киев: Ника-Центр, 2004.
20. Маклюен М. Понимание медиа: Внешние расширения человека. Пер. с англ. М.—Жуковский: КАНОН-пресс Ц, Кучково поле, 2003.
21. Московичи С. Век толп. Исторический трактат по психологии масс. М.: Центр психологии и психотерапии, 1996.
22. Новикова А.А. Современные телевизионные зрелища: истоки, формы и методы воздействия. СПб.: «Алетейя», 2008.
23. Ноэль-Нойман Э. Общественное мнение. Открытие спирали молчания. М., 1996.
24. Сосновская А.М. Журналист: личность и профессия (психология идентичности). СПб.: Роза мира, 2005
25. Тичер С., Мейер М. и др. Методы анализа текста и дискурса. Пер. с англ. Харьков: изд-во «Гуманитарный центр», 2009.
26. Фестингер Л. Теория когнитивного диссонанса. Пер. с англ. СПб.: Речь, 2000.
27. Филлипс Л., Йоргенсен М.В. Дискурс-анализ. Теория и метод. Пер. с англ. Харьков: изд-во Гуманитарный центр, 2004 (англ. изд. 2002).
28. Харрис Р. Психология массовых коммуникаций. Пер. с англ. СПб: Прйм-Еврознак, М.: Олма-Пресс, 2003.
29. Шампань П. Делать мнение: Новая политическая игра /Пер. с фр. М.: Socio-Logos, 1997.

3 Дополнительная литература

1. Больц, Норберт. Азбука медиа. Пер. с нем. М.: Европа, 2011.
2. Лассуэл Г.Д. Психопатология и политика. М.: изд-во РАГС, 2005.
3. Назаров М.М., Папантому М.А. Визуальные образы в социальной и маркетинговой коммуникации: Опыт междисциплинарного исследования. М.: Либроком, 2009.
4. Субботина Н.Д. Суггестия и контрсуггестия в обществе. М.: КомКнига, 2007.
5. Тапскотт Д. Электронно-цифровое общество: плюсы и минусы эпохи сетевого интеллекта. М. 1999.
6. Телевидение: режиссура реальности/Сост. Д.Дондурей. М.: Искусство, 2007.
7. Таратута Е.Е. Философия виртуальной реальности. СПб.: Питер, 2007.
8. Шампань, Патрик. Двойная зависимость. Несколько замечаний по поводу соотношения между полями политики, экономики и журналистики: Пер. с фр. // Socio-Logos'96. Альманах Российско-французского центра социологических исследований Института социологии РАН. М.: Socio-Logos, 1996.
9. Carey J. A cultural approach to communication//Communication. 1975, № 2. Pp. 1-22.
10. Castells M. Internet, Freedom and Society: An Analytical Perspective //<http://www.uoc.edu/web/esp/launiversidad/inaugura101/intro_conc.html#>
11. Kawamoto K. News and Information at the Crossroads: Making Sense of the New On-line Environment in the Context of the Traditional Mass Communication Study // The Electronic Grapevine: Rumor, Reputation and Reporting in the New On-Line Environment / Ed. by D. L. Borden, K. Harvey. Mahwah, 1998
12. Katz E., Szecsko T. (eds.) Mass Media and Social Change. London: Sage, 1981.



13. Laswell H. Propaganda. – In: Jackall R. (ed.) Propaganda. N.Y., 1995
14. Klapper J.T. The Effects of Mass Communications. N.Y.: Free Press, 1960.
15. Lasswell H.D. The Structure and Function of Communication in Society//In: Mass Communication/Ed. by W.Schramm. Urbana: Univ. of Illinois Press, 1960.
16. Lazarsfeld P., Berelson B., Gaudet H. The People's Choice: How the Voter Makes Up His Mind in a Presidential Campaign. N.Y.: Duell, Sloan and Pearce, 1944. (3rd ed.— N.Y.: Columbia University Press, 1969).
17. Liebes T., Katz E. The Export of Meaning: Cross-Cultural Reading o “Dallas”. Oxford: Oxford University Press, 1990.
18. Lowery S.A., DeFleur M.L. Milestones in Mass Communication Research. 3rd ed. N.Y.: Longman, 1995.
19. McLuhan M. The Medium Is the Message. London: Routledge and Kegan Paul, 1967
20. McQuail's Reader in Mass Communication Theory. London: SAGE 2002
21. Postman N. Amusing Ourselves to Death. Public Discourse in the Age of Show Business.N.Y.: Methuen, 1985.
22. Spinner H. Die Wissensordnung. Ein Leitkonzept für die dritte Grundordnung der Informationszeitalter. Opladen: Leske + Budrich, 1994.

4. Справочники, словари, энциклопедии

1. Землянова Л.М. Зарубежная коммуникативистика в преддверии информационного общества. Толковый словарь терминов и понятий. М., 1999.

5 Программные средства

Для успешного освоения дисциплины, студент использует возможности, предоставляемые электронными ресурсами Библиотеки НИУ ВШЭ

XI Материально-техническое обеспечение дисциплины

Используется проектор и звуковая система (для семинаров).