



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

Факультет социальных наук  
Департамент социологии

**Рабочая программа дисциплины  
Социология массовой коммуникации**

для образовательной программы  
«Прикладные методы социального анализа рынков»  
направления 39.04.01 Социология  
магистр

Разработчик программы  
Пишняк Алина Игоревна, кандидат социологических наук  
apishniak@hse.ru  
a.pishniak@socpol.ru

Одобрена на заседании департамента социологии «\_\_»\_\_\_\_\_ 20 г.  
Руководитель департамента А.Ю. Чепуренко \_\_\_\_\_

Рекомендована Академическим советом образовательной программы магистратуры  
«Прикладные методы социального анализа рынков» «\_\_»\_\_\_\_\_ 20 г.,  
№ протокола \_\_\_\_\_

Утверждена «\_\_»\_\_\_\_\_ 20 г.

Академический руководитель образовательной программы магистратуры «Приклад-  
ные методы социального анализа рынков» Д.Х. Ибрагимова \_\_\_\_\_

Москва, 2016

*Настоящая программа не может быть использована другими подразделениями уни-  
верситета и другими вузами без разрешения подразделения-разработчика програм-  
мы.*



## **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 39.04.01 «Социология» подготовки магистра (1 курс), изучающих дисциплину «Методология и методы исследований в социологии: современные методы анализа социологических данных».

Программа разработана в соответствии с:

- Образовательным стандартом ФЕДЕРАЛЬНОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО АВТОНОМНОГО ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО УЧРЕЖДЕНИЯ ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ «НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ «ВЫСШАЯ ШКОЛА ЭКОНОМИКИ» по направлению 39.04.01 «Социология» подготовки магистра [http://www.hse.ru/data/2015/05/08/1098813788/OC\\_mag\\_Sociologia\\_zam.pdf](http://www.hse.ru/data/2015/05/08/1098813788/OC_mag_Sociologia_zam.pdf);
- Образовательной программой 39.04.01 «Прикладные методы социального анализа рынков» подготовки магистра
- Рабочим учебным планом магистерской программы «Прикладные методы социального анализа рынков» (направление 39.04.01 «Социология» подготовки магистра), утвержденным в 2016 г.

## **1 Цели освоения дисциплины**

Целями освоения дисциплины «Социология массовой коммуникации» являются получение систематизированного представления о массовой коммуникации как предмете научного анализа и осведомленность о методах и результатах исследований различных элементов массовой коммуникации.

## **2 Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины**

В результате освоения дисциплины студент должен:

- Знать набор теорий о свойствах, функциях, составляющих и эффектах массовой коммуникации.
- Уметь анализировать содержание теорий массовой коммуникации и аргументировать свою точку зрения на их основные положения.
- Иметь навыки:
  - самостоятельной аналитической работы с текстами;
  - поиска примеров в контенте современных медиа, подтверждающих/опровергающих положения различных теорий массовой коммуникации;
  - научной дискуссии;
  - представления результатов проделанной работы (в форме научного текста и публичного выступления).



**В результате освоения дисциплины студент осваивает следующие компетенции:**

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 методы <i>(формируется частично)</i>	СК-М1	– Воспроизводит материалы дисциплины, интерпретирует и оценивает их. Применяет научные методы, представленные в рамках лекционных занятий в процессе подготовки проекта/эссе. Обосновывает свои ответы на вопросы, высказывания и суждения.	– Ознакомление с материалами лекционных занятий. Обсуждение ответов на вопросы, суждений, высказываний в рамках семинарских занятий. Работа над проектом/эссе и представление его результатов. Подготовка к итоговой зачетной работе. Написание зачетной работы.
Способен совершенствовать и развивать свой интеллектуальный и культурный уровень, строить траекторию профессионального развития и карьеры <i>(формируется частично)</i>	СК-М4	– Использует научные методы, представленные в рамках лекционных занятий в процессе подготовки проекта/эссе. Обосновывает свои ответы на вопросы, высказывания и суждения.	– Ознакомление с материалами лекционных занятий. Обсуждение ответов на вопросы, суждений, высказываний в рамках семинарских занятий. Работа над проектом/эссе и представление его результатов. Подготовка к итоговой зачетной работе. Написание зачетной работы.
Способен анализировать, верифицировать, оценивать полноту информации в ходе профессиональной деятельности, при необходимости восполнять и синтезировать недостающую информацию и работать в условиях не-	СК-М6	– Воспроизводит материалы дисциплины, интерпретирует и оценивает их. Применяет научные методы, представленные в рамках лекционных занятий в процессе подготовки проекта/эссе. Обосновывает свои ответы на вопросы, высказывания и суждения.	– Обсуждение ответов на вопросы, суждений, высказываний в рамках семинарских занятий. Работа над проектом/эссе и представление результатов работы. Подготовка к итоговой зачетной работе. Написание зачетной работы.



Компетенция	Код по ФГОС/ НИУ	Дескрипторы – основные признаки освоения (показатели достижения результата)	Формы и методы обучения, способствующие формированию и развитию компетенции
определенности <i>(формируется частично)</i>		<ul style="list-style-type: none"><li>– Владеет навыком поиска информации для исследовательской работы.</li></ul>	
Способен использовать методы и теории социальных и гуманитарных наук при осуществлении экспертной, консалтинговой и аналитической деятельности <i>(формируется частично)</i>	ИК-2	<ul style="list-style-type: none"><li>– Использует научные методы, представленные в рамках лекционных занятий в процессе подготовки проекта/эссе. Обосновывает свои ответы на вопросы, высказывания и суждения.</li><li>– Владеет навыком поиска информации для исследовательской работы.</li><li>– Демонстрирует способность выстроить непротиворечивую аргументацию своих взглядов.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>– Ознакомление с материалами лекционных занятий. Обсуждение ответов на вопросы, суждений, высказываний в рамках семинарских занятий. Работа над проектом/эссе и представление его результатов.</li></ul>
Способен самостоятельно формулировать цели, ставить конкретные задачи научных исследований в фундаментальных и прикладных областях социологии и решать их с помощью современных исследовательских методов с использованием новейшего отечественного и зарубежного опыта и с применением современной аппаратуры, оборудования, информационных технологий <i>(формируется частично)</i>	ИК-3	<ul style="list-style-type: none"><li>– Демонстрирует способность самостоятельно выбрать тему для исследовательской работы.</li><li>– Использует научные методы, представленные в рамках лекционных занятий в процессе подготовки проекта/эссе. Обосновывает свои ответы на вопросы, высказывания и суждения.</li><li>– Владеет навыком поиска информации для исследовательской работы.</li><li>– Демонстрирует способность выстроить непротиворечивую аргументацию своих взглядов.</li><li>– Использует в ходе демонстрации результатов работы современную аппаратуру и специализированные программные пакеты.</li><li>– Использует возможности Информационной образовательной среды НИУ ВШЭ.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>– Работа над проектом/эссе и представление результатов работы.</li><li>– Работа с материалами дисциплины в Информационной образовательной среде НИУ ВШЭ</li></ul>



Компетенция	Код по ФГОС/НИУ	Дескрипторы – основные признаки освоения (показатели достижения результата)	Формы и методы обучения, способствующие формированию и развитию компетенции
Способен вести письменную и устную коммуникацию на русском (государственном) языке в рамках профессионального и научного общения <i>(формируется частично)</i>	ИК-8	<ul style="list-style-type: none"><li>– Демонстрирует готовность к ведению профессиональной дискуссии на русском.</li><li>– Владеет профессиональной терминологией на русском.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>– Обсуждение ответов на вопросы, суждений, высказываний в рамках семинарских занятий. Обсуждение темы проекта/эссе. Работа над проектом/эссе и представление результатов работы. Написание итоговой зачетной работы.</li></ul>
Способен оформлять и представлять результаты деятельности с использованием методов, методик и приемов презентации результатов <i>(формируется частично)</i>	ИК-10	<ul style="list-style-type: none"><li>– Использует в ходе демонстрации результатов работы современную аппаратуру и специализированные программные пакеты.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>– Работа над проектом/эссе и представление результатов работы.</li></ul>
Способен описывать проблемы и ситуации профессиональной деятельности, используя язык и аппарат основ философии и социально-гуманитарных наук для решения проблем на стыке наук, в смежных профессиональных областях <i>(формируется частично)</i>	ИК-13	<ul style="list-style-type: none"><li>– Обосновывает свои ответы на вопросы, высказывания и суждения.</li><li>– Демонстрирует способность сформулировать проблему для исследовательской работы в рамках курса.</li><li>– Обосновывает положения исследовательской работы, непротиворечиво выстраивает аргументацию.</li><li>– Демонстрирует готовность к ведению профессиональной дискуссии.</li><li>– Владеет профессиональной терминологией.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>– Ознакомление с материалами лекционных занятий. Обсуждение ответов на вопросы, суждений, высказываний в рамках семинарских занятий. Работа над проектом/эссе и представление результатов работы. Написание итоговой зачетной работы.</li></ul>
Способен использовать концептуальные основы философии социальных наук, современной социологической теории, методологии и методов социальных наук применительно к задачам исследования социальных общностей, институтов и процес-	ИК-15	<ul style="list-style-type: none"><li>– Воспроизводит материалы дисциплины, интерпретирует и оценивает их.</li><li>– Демонстрирует способность сформулировать проблему для исследовательской работы в рамках курса.</li><li>– Обосновывает положения исследовательской работы, непротиворечиво вы-</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>– Ознакомление с материалами лекционных занятий. Обсуждение ответов на вопросы, суждений, высказываний в рамках семинарских занятий. Работа над проектом/эссе и представление результатов работы.</li></ul>



Компетенция	Код по ФГОС/НИУ	Дескрипторы – основные признаки освоения (показатели достижения результата)	Формы и методы обучения, способствующие формированию и развитию компетенции
сов, общественного мнения (формируется частично)		страивает аргументацию. – Применяет научные методы, представленные в рамках лекционных занятий в процессе подготовки проекта/эссе.	
Способен к осознанному выбору стратегий межличностного взаимодействия (формируется частично)	СЛК-4	– Демонстрирует способность сформулировать и согласовать с преподавателем тему работы. – Владеет опытом совместной работы на проекте.	– Обсуждение тем для проекта/эссе. Работа в команде над проектом.

### 3 Место дисциплины в структуре образовательной программы

Для специализации «Прикладные методы социального анализа рынков» настоящая дисциплина является дисциплиной по выбору.

Изучение данной дисциплины базируется на следующих дисциплинах:

- Методы анализа социологических данных;
- Основы экономической социологии;
- Социологическая теория;
- Социология потребления;
- Философия.

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

- знание фундаментальных теорий общей социологии;
- знание фундаментальных теорий экономической социологии;
- знание методов анализа социологических данных;
- умение осмыслить положения теорий социальных наук;
- умение аргументировать свою точку зрения.

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

- Социология рекламы;
- Основы медиапланирования.

### 4 Тематический план учебной дисциплины

№	Название раздела	Всего часов	Аудиторные часы			Самостоятельная работа
			Лекции	Семинары	Практические занятия	
1	Введение: массовая коммуника-	12	4			8



	ция как предмет научного анализа					
2	Эволюция теорий массовой коммуникации	28	4	6		18
3	Массовая коммуникация: структурно-функциональный подход	22	4	6		12
4	Массовая коммуникация в представлении критической теории	24	4	4		16
5	Рынок МК и нормативные модели его функционирования	24	2	6		16
6	Семиология и массовая коммуникация: набор знаков как сообщение и сообщение как знак	24	4	6		14
7	Исследование элементов массовой коммуникации	22	2	4		16
8	Проект/эссе	20		4		16
9	Экзаменационная работа	10				10
	<b>Всего</b>	<b>190</b>	<b>24</b>	<b>36</b>		<b>130</b>

## 5 Формы контроля знаний студентов

Тип контроля	Форма контроля	1 год	Параметры
		1 модуль	
Текущий (неделя)	Домашнее задание	3-я неделя	Работа с материалами для семинара. Задание должно быть выполнено к 3-й неделе.
		4-я неделя	Работа с материалами для семинара. Задание должно быть выполнено к 4-й неделе.
		5-я неделя	Работа с материалами для семинара. Задание должно быть выполнено к 5-й неделе.
		6-я неделя	Работа с материалами для семинара. Задание должно быть выполнено к 6-й неделе.
	Описание проекта/эссе	6-я неделя	Письменная работа. Объем текста – около 10 тыс. знаков без пробелов. Формат – Word. Срок сдачи – 6-я неделя.
Промежуточный	Проектный семинар	7-я неделя	Презентация проекта/эссе. Формат представления материала – Power Point. Время выступления - 10 мин.
Итоговый	Экзамен	8-я неделя	Экзаменационная работа проводится в компьютерном классе. Задание представляет собой список открытых и закрытых вопросов. Использование каких-либо текстов запрещается. Время работы – 90 мин. Время проверки – 3 дня.





## 5.1 Критерии оценки знаний, навыков

### Домашнее задание

По итогам самостоятельной домашней работы студенты должны продемонстрировать:

- умение анализировать информацию, изложенную в соответствующих материалах;
- способность определить и прокомментировать основные тезисы соответствующих материалов;
- способность вести грамотную письменную и устную коммуникацию в рамках научного общения;
- способность ответить на вопросы по содержанию соответствующих материалов;
- способность содержательно и непротиворечиво выстроить аргументацию своей точки зрения на содержание соответствующих материалов.

Выдача заданий осуществляется при помощи Информационной образовательной среды НИУ ВШЭ (Web: <http://www.lms.hse.ru/>).

### Проект/эссе (описание проекта/эссе и проектный семинар)

Студенты должны выполнить и представить на семинарском занятии проект/эссе.

#### *Содержание*

В ходе работы над проектом/эссе слушатель должен выбрать в пространстве массовой коммуникации контент/процесс/феномен и рассмотреть его:

- как иллюстрацию к теории(ям), представленным в рамках дисциплины;
  - в динамике;
  - в контексте различных медиа (сопоставление в разрезе различных каналов одного типа массмедиа и/или в разрезе различных типов массмедиа).
- [выбирается один вариант]

#### *Организация и форма представления результатов проекта*

Тема проекта/эссе формулируется слушателями самостоятельно и согласовывается с преподавателем не позднее, чем через 15 дней после начала курса.

Допускается совместная работа над проектом (не более двух студентов).

По одной теме не может выполняться несколько проектов/эссе параллельно - тема закрепляется за автором (или авторами в случае совместной работы), который первым согласует ее с преподавателем дисциплины.

По результатам работы над проектом/эссе студенты:

1. предоставляют описание проекта/эссе;
2. делают презентацию на проектном семинаре.

#### *Критерии оценки*





В ходе выполнения и представления проекта/эссе студенты должны продемонстрировать:

- умение самостоятельно выбрать и сформулировать тему работы, описать постановку проблемы;
- навык реализации творческого и оригинального подхода к исследованию проблемы;
- умение разработать, структурировать и представить материал;
- способность вести грамотную письменную и устную коммуникацию в рамках научного общения;
- способность ответить на вопросы по содержанию соответствующих материалов;
- способность содержательно и непротиворечиво выстроить аргументацию своей точки зрения.

Согласование темы проекта/эссе и сдача материалов, подготовленных в ходе его реализации, осуществляется при помощи Информационной образовательной среды НИУ ВШЭ (Web: <http://www.lms.hse.ru/>).

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



## 6 Содержание дисциплины

### **Раздел 1. Введение: массовая Коммуникация как предмет научного анализа**

Коммуникация и общество: процессы, способствующие росту значимости массовой коммуникации в современном мире. Сравнительный анализ массовой и межличностной коммуникации. Определение массовой коммуникации. Элементы массовой коммуникации. Основные характеристики массовой коммуникации. Этапы истории изучения массовой коммуникации. Основные подходы к изучению массовой коммуникации. Виды коммуникации. Пространство массовой коммуникации и его организация.

*Лекции – 4 а/ч, самостоятельная работа – 6 а/ч.*

#### ***Основная литература:***

1. Назаров М.М. Массовая коммуникация в современном мире. М.: УРСС, 2000. С. 7-14, 132-138;
2. Почепцов Г.Г. Теория коммуникации. М., Киев: Рефл-бук, 2001. С. 10-38, 293-300.

#### ***Дополнительная литература:***

1. Боров В.Ю., Коваленко А.В. Культура и массовая коммуникация. М.: Наука, 1987;
2. Конечкая В.П. Социология коммуникации. М., 1997. С. 5-21;
3. Матвеева Л., Анисеева Т., Мочалова Ю. Психология телевизионной коммуникации, М.: РИП-холдинг, 2002. С. 8-28;
4. Почепцов Г.Г. Коммуникативные технологии двадцатого века. Рефл-бук, 2002. С. 11-34;
5. Социология средств массовой коммуникации. Ред. Буданцев Ю.П. М., 1991. С. 7-15, 34-41;
6. Crowley D. (1994). Communication Theory Today. Polity Press.
7. DeFluer M., Ball-Rokeach S. (1989). Theory of Mass Communication. N.Y.: Longman;
8. McQuail D. (2008). Mass Communication Theory: An Introduction. Sage Publication.



Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики»  
Программа дисциплины «Социология массовой коммуникации» для направления  
«39.04.01 Социология»



## **Раздел 2: Эволюция теорий массовой коммуникации**

Понятие теории массовой коммуникации. Виды теорий массовой коммуникации. Истоки теории «волшебной пули». Модель массовой коммуникации Г. Лассвелла. Изображение массмедиа в концепции общества спектакля Ги Дебора. Массовая коммуникация и гиперреальность в изображении Ж. Бодрийяра. Информационный фетишизм М. Маклюэна. Истоки теории «селективного влияния». Приложение теории Л. Фестингера к массовой коммуникации – анализ слухов Дж. Клаппера. Двухступенчатая модель коммуникации П. Лазарсфельда и ее модификации по Дж. Робинсону. Теория диффузии нововведений Э. Роджерса и Ф. Шумейкера, Концепция спирали молчания Э. Ноэль-Нойман. Теория установления повестки дня М. Маккомбса и Д.Шоу.

*Лекции – 4 а/ч, семинары – 4 а/ч, самостоятельная работа – 18 а/ч.*

### ***Основная литература:***

1. Назаров М.М. Массовая коммуникация в современном мире. М.: УРСС, 2000. С.90-94;
2. Матвеева Л., Анисеева Т., Мочалова Ю. Психология телевизионной коммуникации. М.: РИП-холдинг, 2002. С. 59-114;
3. Почепцов Г.Г. Теория коммуникации. М., Киев: Рефл-бук, 2001. С. 44-53, 95-145, 301-354.

### ***Дополнительная литература:***

1. Бодрийяр Ж. Система вещей. / Пер. с фр. С. Зенкина. М.: Логос, 2001
2. Дебор Ги-Эрнест. Общество спектакля / Пер. с фр. С. Офертаса, М. Якубович, М.: Логос, 2000. С. 23-31;
3. Землянова Л.М. Современная американская коммуникативистика, М.: Изд-во МГУ, 1995;
4. Конечкая В.П. Социология коммуникации, М.: Международный университет бизнеса и управления, 1997;
5. Ноэль-Нойман Э. Общественное мнение. Открытие спирали молчания. М., 1996;
6. Katz E., Lazarsfeld P. (1955). Personal influence, Glencoe. - IL: Free press;
7. Klapper, J.T. (1960). The effects of mass communication. N.Y.: Free Press;
8. Lasswell H. (1971). The Structure and the Function of Communication in Society. The Process and Effects of Mass Communication, Chicago;
9. McCombs M., Shaw D. (1972). The Agenda Setting Function of Mass Media. Pub-



- lic Opinion Quarterly, Vol. 36, p. 176-187;
10. McLuhan M. (1962). The Gutenberg Galaxy: The Making of Typographic Man. - Toronto, Univ. of Toronto Press;
  11. McQuail D. (2008). Mass Communication Theory: An Introduction. Sage Publication;
  12. Rogers E. M. (1995). Diffusion of Innovations. - N.Y.: Free Press;
  13. Rogers E.M. (1997). A History of Communication Study. A Biographical Approach. - New York, London, Toronto, Sydney, Singapore;
  14. Shannon C., Weaver W. (1949). The Mathematical Theories of Mass Communication. Urbana.

**Семинар 1:** «Спираль молчания»: природа феномена и его использование в медийном пространстве

Материалы для обсуждения:

1. Выдержки из книги Ноэль-Нойман Э. Общественное мнение. Открытие спирали молчания. М., 1996;
2. Фильм Соболев Ф. Я и другие. СССР, Киевская киностудия научно-популярный фильмов. 1971.

**Семинар 2:** Бурдьё о телевидении

Материалы для обсуждения:

1. Бурдьё П. О телевидении и журналистике. / Перевод с французского: Т. А. Анисимова, Ю. В. Маркова, Н. А. Шматко. М.: Институт экспериментальной социологии, 2002.

Дополнительно:

2. Bourdieu P. (1998) On television/ translated from the French by Priscilla Parkhurst Ferguson. NY: The New Press;
3. Телевизионная лекция Бурдьё П. College de France, 1996  
URL: <http://www.youtube.com/watch?v=vcc6AEpjdY>



### **Раздел 3: Массовая коммуникация: структурно-функциональный подход**

Виды коммуникации. Функции массовой коммуникации на индивидуальном и общественном уровне (Д. Маккуэйл, Г. Лассвелл, Ч. Райт, П. Лазарсфельд, Р. Мертон, Г. Герцог, Дж. Бламлер, Дж. Браун). Теория игры У. Стивенсона. Теория социального научения А. Бандуры. Концепция фреймов И. Гофмана. Эмпирические исследования: аудитория о функциях газет, радио и телевидения. Массовая коммуникация как элемент социальной системы: теория социокультурных циклов (А. Моль). Массовая коммуникация как социальная система (М. Дефлер).

*Лекции – 2 а/ч, самостоятельная работа – 10 а/ч.*

#### **Основная литература:**

1. Назаров М.М. Массовая коммуникация в современном мире. М.:УРСС, 2000. С.31-40.

#### **Дополнительная литература:**

1. Гофман И. Анализ фреймов: эссе об организации повседневного опыта / Под ред. Г.С. Батыгина и Л.А. Козловой. М.: Институт социологии РАН, 2003;
2. Моль А. Социодинамика культуры. — М., 1995.
3. DeFluer M., Ball-Rokeach S. (1989). Theory of Mass Communication. - N.Y.: Longman;
4. Lasswell H. (1971). The Structure and Function of Communication in Society //The Process and Effects of Mass Communication. - Chicago;
5. Lazarsfeld P., Merton R. (1948). Mass Communication, popular taste and organized social action. The Communication of Ideas. N.Y.: Harper and Brothers;
6. McQuail D. (2008). Mass Communication Theory: An Introduction. – Sage Publication;
7. McQuail D., Blumler J., Brown J. (1972). The television audience: A revised perspective. Sociology of mass communications D. McQuail (ed.). Middlesex, England;
8. Patterson, T. E. (2000). Doing well and doing good: How soft news and critical journalism are shrinking the news audience and weakening democracy – and what news outlets can do about it. Cambridge, Harvard university;
9. Stephenson, W. (1967). The play theory of mass communication. Chicago: University of Chicago Press.



## **Раздел 4: Массовая коммуникация в представлении критической теории**

Массовая коммуникация в рамках неомарксизма: политэкономическая теория медиа и теория гегемонии медиа. Взгляды представителей Франкфуртской школы на роль средств массовой коммуникации в мире (М. Хоркхаймер, Т. Адорно). Массовая коммуникация – «одномеризатор» человека (Г. Маркузе). Критический анализ функций массовой коммуникации (Ч.Миллс). Критическая теория элиты: массмедиа как площадка общения элит (Э. Дэвис). Критика современного телевидения (Н. Постман).

*Лекции – 2 а/ч, семинары – 2 а/ч, самостоятельная работа – 12 а/ч.*

### ***Основная литература:***

1. Назаров М.М. Массовая коммуникация в современном мире, М.:УРСС, 2000. С.41-49.

### ***Дополнительная литература:***

1. Маркузе Г. Одномерный человек, М.: АСТ, 2003;
2. Миллс Р. Инертное общество // Властвующая элита. М.: Иностранная литература, 1959. С. 415-430;
3. Хоркхаймер М., Адорно Т. Диалектика просвещения. Философские фрагменты./Пер. с нем. М. Кузнецова, М.: Медиум, 1997;
4. Davis A. (2003). Whither Mass Media and Power/ Evidence for Critical Elite Theory. Media, Culture & Society. SAGE Publications, Vol. 25.
5. McQuail D. (1994). Mass Communication and Public Interest: Towards Social Theory for Media Structure and Performance. Communication Theory Today. Crowley D., Mitchell D. (eds.). Polity Press, P. 63-70;
6. Murdock G., Golding P. (1977). Capitalism, Communication and Class Relations // Mass Communication and Society, Curran J. et al. (eds.). London: Arnold;
7. Postman N. (1986). Amusing Ourselves to Death: Public Discourse in the Age of Show Business. Penguin Books.

### **Семинар 3: Прощаемся с детством?**

Материалы для обсуждения:

1. Postman N. (1988) The Disappearance of Childhood. Postman N. (eds.). Conscientious Objections: Stirring Up Trouble About Language, Technology and Education. N.Y., Knopf.





## **Раздел 5: Рынок МК и нормативные модели его функционирования**

Особенности рынка массовой коммуникации. Типы рыночных структур и «парадокс разнообразия». Структура собственности и основные источники финансирования СМК. Медиapolитика: экономическая и этическая рамка. Принцип свободы слова. Аргументы в поддержку свободы слова (Дж. Милтон, Дж. Локк, Дж. Ст. Милль). Критика: «свобода слова» как утопическая теория. Концепция общественного вещания (Дж. Рейт). Модели взаимоотношения средств массовой коммуникации и власти. Законодательство Российской Федерации о средствах массовой информации - документы, регулирующие деятельность и контент медиа (закон «О средствах массовой информации», федеральный закон «О рекламе», федеральный закон «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию», Хартия телерадиовещателей).

*Лекции – 2 а/ч, семинары – 2 а/ч, самостоятельная работа – 12 а/ч.*

### **Основная литература:**

1. Назаров М.М. Массовая коммуникация в современном мире, М.: УРСС, 2000. С.62-76.
2. Варганова Е.Л. Медиаэкономика зарубежных стран. Учебное пособие. М.: Аспект Пресс, 2003.

### **Дополнительная литература:**

1. Бакулев Г.П. Нормативные теории массовой коммуникации // Социологические исследования, № 1, 2005. С. 105-114;
2. Закон «О средствах массовой информации» от 27 декабря 1991 г. № 2124-1 (в действующей редакции);
3. Кин Дж. Средства массовой информации и демократия. М., Памятники исторической мысли, 1994;
4. Редакционные ценности Би-би-си. Общественное вещание / <http://news.bbc.co.uk>;
5. Baron S.I., Davis D.K. (1995). Mass Communication Theory; Foundation, Fervent and Future. Belmont;
6. Cuilenburg J. Van (1998). New Perspective on Media Diversity. Towards a Critical-Rational Approach to Media Performance. Changing Media and Communications. Y. Zassoursky and E. Vartanova (eds.). Moscow: Faculty of Journalism .ICAR;
7. McQuail D. (1994). Mass Communication and Public Interest: Towards Social Theory for Media Structure and Performance. Communication Theory Today. Crowley D., Mitchell D. (eds.). Polity Press, P. 241-254;
8. Siebert F. S. , Peterson T., Shramm W. (1956)/ Four Theories of the Press. University of Illinois Press.



#### **Семинар 4: По каким законам живут медиа?**

Материалы для обсуждения:

1. Закон «О средствах массовой информации» от 27 декабря 1991 г. № 2124-1 (в действующей редакции);
2. Федеральный закон «О рекламе» от 13 марта 2006 г. № 38-ФЗ (в действующей редакции);
3. «Хартия телерадиовещателей» от 28 апреля 1999 г.;
4. Контент портала Минкомсвязи Российской Федерации <http://minsvyaz.ru>.



## **Раздел 6: Семиология и массовая коммуникация: набор знаков как сообщение и сообщение как знак**

Знаковые составляющие сообщения. Значение и знак в теории Ф. Соссюра. Типы знаков. Составляющие знака: «означаемое» и «означающее». Формирование значения по Р. Барту. Миф как сюжетная основа сообщения массовой коммуникации. Теория символического интеракционизма Д. Мида в приложении к содержанию сообщений массовой коммуникации. Семиология телевидения: набор знаков рекламного сообщения. Декомпозиция сообщений массовой коммуникации.

*Лекции – 2 а/ч, самостоятельная работа – 12 а/ч.*

### ***Основная литература:***

1. Назаров М.М. Массовая коммуникация в современном мире, М.: УРСС, 2000. С.14-20;
2. Матвеева Л., Анисеева Т., Мочалова Ю. Психология телевизионной коммуникации, М.: РИП-холдинг, 2002. С. 25-29.

### ***Дополнительная литература:***

1. Барт Р. Риторика образа / Избранные работы. Семиотика. Поэтика, М., 1994;
2. Журавлев А.П. Звук и смысл, М.: Просвещение, 1981;
3. Лотман Ю. М. Внутри мыслящих миров. Человек-текст-семиосфера-история, М., 1996. С. 41-80;
4. Пирс Ч. С. Логические основания теории знаков / Пер. с англ. В.В. Кирющенко, СПб.: Алетейя, 2000;
5. Почепцов Г.Г. Теория коммуникации. Рефл-бук, 2001. С. 54-72;
6. Пронин С. Рекламная иллюстрация. Сила взгляда. Саранск, 2001;
7. Сахарный Л. В. Введение в психолингвистику. Л., 1989;
8. Соссюр Ф. Курс общей лингвистики. - Труды по языкознанию. М., 1977;
9. Флэш Р. Смысловое восприятие речевого сообщения, М., 1976. С. 135-145;
10. Якобсон Р. Лингвистика и поэтика. Сборник Структурализм «за» и «против». М., 1975. С. 198-209.



## **Раздел 7: Исследование элементов массовой коммуникации**

Адресат, текст, эффекты массовой коммуникации в фокусе внимания эмпирических исследований. Особенности измерения аудитории массовой коммуникации и отклика аудитории на сообщения средств массовой коммуникации.

Опыт первых отечественных исследований эффектов массовой коммуникации (проект «Общественное мнение», Таганрог-1). Современные исследования эффективности рекламы.

*Лекции – 2 а/ч, самостоятельная работа – 10 а/ч.*

### ***Основная литература:***

1. Назаров М.М. Массовая коммуникация в современном мире, М.: УРСС, 2000. С. 107-138;
2. Почепцов Г.Г. Теория коммуникации. Рефл-бук, 2001. С. 375-402.

### ***Дополнительная литература:***

1. Баранов А.В. Опыт текстового анализа газеты // Количественные методы в социальных исследованиях. Инф.бюл. ИКСИ АН СССР. №9, 1968;
2. Грушин Б.А. Эффективность массовой информации и пропаганды: понятие и проблемы измерения. М., 1979;
3. Массовая информация в советском промышленном городе / Под ред. Б.А. Грушина и Л.А. О니кова. М., 1980;
4. Ньюман Л. Неопросные методы исследования // Социс, №6, 1998;
5. Федотова Л.Н. Анализ содержания – социологический метод изучения средств массовой коммуникации, М.: Научный мир, 2001;
6. Федотова Л.Н. Социология массовой коммуникации, СПб.: Питер, 2003. С. 192-385;
7. Ядов В.А. Стратегия социологического исследования. Описание, объяснение, понимание социальной реальности, М.: Добросвет, 1998;
8. Berger A. A. (2000). Media and Communication: Research methods. An introduction to Qualitative and Quantitative Approaches. L.: Sage;
9. Danielson W. (1966). Content Analysis in Communication Research. Introduction to Mass Communication Research. Michigan;
10. Ehrenberg E. (1999). The Emperor's Old Clothes: a Rejoinder. International Journal of Advertising. The Quarterly Review of Marketing Communication, Vol. 18, № 1;
11. Jones J. Ph. (1995). When Ads Work: New Proof That Advertising Triggers Sales. N.Y: Lexington Books.



## 7 Образовательные технологии

Интерактивные формы работы по дисциплине поддерживаются Информационной образовательной средой НИУ ВШЭ.

В ходе семинарских занятий анализируются публикации и видеоматериалы.

Проводится тренинг по декомпозиции сообщений массовой коммуникации.

На проектном семинаре обсуждаются отдельные элементы массовой коммуникации.

## 8 Оценочные средства для текущего контроля и аттестации студента

### 8.1 Тематика заданий текущего контроля

*Темы домашних заданий:*

1. Влияние технологических особенностей развития массовой коммуникации на представление о детстве.
2. Использование феномена «спирали молчания» в практике массмедиа.
3. Нормативная база функционирования российских массмедиа.
4. Теоретические основания информационного фетишизма.

*Темы проекта/эссе:*

1. Примеры из пространства современной российской массовой коммуникации, иллюстрирующие основные положения теорий, представленных в рамках дисциплины.
2. Динамика контента российских массмедиа.
3. Сравнительный анализ изображения феноменов в различных массмедиа.

### 8.2 Вопросы для оценки качества освоения дисциплины

Список примерных вопросов по дисциплине:

1. Что представляют собой первичное и вторичное коммуникативное пространство?
2. Каковы основные различия медиа-ориентированного и общественно-ориентированного подходов к изучению массовой коммуникации?
3. Каковы основные различия культурологического и материалистического подходов к изучению массовой коммуникации?
4. В чем состоят различия межличностной коммуникации и массовой коммуникации?
5. Четыре основных этапа в истории исследований массовой коммуникации: что лежит в основе периодизации?
6. Каковы основные положения концепции двухступенчатой модели массовой коммуникации?
7. Какие функции реализует массовая коммуникация на уровне общества?
8. Какие функции реализует массовая коммуникация на уровне индивида?
9. Какие дисфункции массовой коммуникации перечисляют Г. Лассвелл и Ч. Райт?
10. Какие типы знаков присутствуют в контенте массмедиа?
11. Что представляют собой основные принципы общественного вещания?
12. Какие аргументы приводятся в поддержку принципа «свободы слова»?
13. На каких доводах основывается критика принципа «свободы слова»?
14. Как М. Дефлер представляет модель системы массовой коммуникации (основные элементы и их интеракция)?
15. Каковы основные положения концепции «глобальной деревни» М. Маклюэна?
16. Какая идея лежит в основе концепции установления повестки дня М. Маккомбса и Д. Шоу?
17. Каковы базовые положения теории «волшебной пули»?
18. Каковы базовые положения теории селективного влияния?
19. В чем состоят идеи теории диффузии инноваций в приложении к вопросу восприя-



тия контента массмедиа?

20. Каково представление Франкфуртской школы о роли массовой коммуникации?
21. В чем заключается идея концепции спирали молчания?
22. Какие функции массовой коммуникации выделяет Ч. Миллс?
23. На чем основана критика современного телевидения Н. Постмана?
24. Каковы особенности методов социологического исследования элементов массовой коммуникации?

## 9 Порядок формирования оценок по дисциплине

Преподаватель оценивает работу студентов на семинарских и практических занятиях:

- выполнение требований по подготовке к семинарскому занятию;
- активность в обсуждении материалов семинарских занятий;
- умение анализировать информацию, изложенную в соответствующих материалах;
- способность определить и прокомментировать основные тезисы соответствующих материалов;
- способность вести грамотную письменную и устную коммуникацию в рамках научного общения;
- способность ответить на вопросы по содержанию соответствующих материалов;
- способность содержательно и непротиворечиво выстроить аргументацию своей точки зрения на содержание соответствующих материалов.

Оценка за работу на семинарских и практических занятиях по 10-ти балльной шкале -

*O<sub>аудиторная</sub>* - определяется перед итоговым контролем.

Преподаватель оценивает самостоятельную работу студентов:

- выполнение требований домашних заданий;
- самостоятельная работа с литературой;
- умение анализировать информацию;
- умение рассказать о содержании и особенностях проделанной работы.

Оценка за самостоятельную работу студента по 10-ти балльной шкале - *O<sub>сам. работа</sub>* - определяется перед итоговым контролем.

Накопленная оценка за текущий контроль учитывает результаты студента по текущему контролю следующим образом:

$$O_{\text{текущий}} = 0,5 \cdot O_{\text{проект/эссе}} + 0,2 \cdot O_{\text{сам. работа}} + 0,2 \cdot O_{\text{аудиторная}} + 0,1 \cdot O_{\text{посещение}};$$

Способ округления накопленной оценки текущего контроля: арифметический.

Результирующая оценка - итоговый контроль - выставляется по следующей формуле, где *O<sub>зачет</sub>* – оценка за письменную работу на зачете:

$$O_{\text{итоговый}} = 0,4 \cdot O_{\text{зачет}} + 0,6 \cdot O_{\text{текущий}};$$

Способ округления накопленной оценки промежуточного (итогового) контроля в форме зачета: арифметический.

На передаче студенту не предоставляется возможность получить дополнительный балл для компенсации оценки за текущий контроль.



## **10 Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины**

### **10.1 Базовый учебник**

Назаров М.М. Массовая коммуникация в современном мире: методология, анализ и практика исследований, М.: УРСС, 2000.

### **10.2 Основная литература**

2. Барт Р. Риторика образа // Избранные работы. Семиотика. Поэтика, М., 1994;
3. Вартанова Е.Л. Медиаэкономика зарубежных стран. Учебное пособие. М.: Аспект Пресс, 2003.
4. Землянова Л.М. Современная американская коммуникативистика, М.: Изд-во МГУ, 1995;
5. Матвеева Л., Анিকেева Т., Мочалова Ю. Психология телевизионной коммуникации. М.: РИП-холдинг, 2002;
6. Ноэль-Нойман Э. Общественное мнение. Открытие спирали молчания. М., 1996;
7. Почепцов Г.Г. Теория коммуникации. М., Киев: Рефл-бук, 2001;
8. McLuhan M. (1962), *The Gutenberg Galaxy: The Making of Typographic Man*. Toronto, Univ. of Toronto Press;
9. Postman N. (1988) *The Disappearance of Childhood*. Postman N. (eds.). *Conscientious Objections: Stirring Up Trouble About Language, Technology and Education*. N.Y., Knopf.

### **10.3 Дополнительная литература**

1. Баранов А.В. Опыт текстового анализа газеты // Количественные методы в социальных исследованиях. Инф.бюл. ИКСИ АН СССР. №9. 1968;
2. Бодрийяр Ж. Система вещей. / Пер. с фр. С. Зенкина. М.: Логос, 2001;
3. Борев В.Ю., Коваленко А.В. Культура и массовая коммуникация. М.: Наука, 1987;
4. Вартанова Е.Л. Медиаэкономика зарубежных стран: Учебное пособие. М.: Аспект Пресс, 2003.
5. Гофман И. Анализ фреймов: эссе об организации повседневного опыта // Под ред. Г.С. Батыгина и Л.А. Козловой. М.: Институт социологии РАН, 2003;
6. Грушин Б.А. Эффективность массовой информации и пропаганды: понятие и проблемы измерения. М., 1979;
7. Дебор Ги-Эрнест. Общество спектакля / Пер. с фр. С. Офертаса, М. Якубович, М.: Логос, 2000;
8. Журавлев А.П. Звук и смысл, М.: Просвещение, 1981;
9. Кин Дж. Средства массовой информации и демократия. М.: Памятники исторической мысли, 1994;
10. Конецкая В.П. Социология коммуникации, М.: Международный университет бизнеса и управления, 1997;
11. Лотман Ю. М. Внутри мыслящих миров. Человек-текст-семиосфера-история, М., 1996;
12. Маркузе Г. Одномерный человек, М.: АСТ, 2003;
13. Массовая информация в советском промышленном городе // Под ред. Б.А. Грушина и Л.А. О니кова. М., 1980;





14. Миллс Р. Инертное общество // Властвующая элита. М.: Иностранная литература, 1959;
15. Моль А. Социодинамика культуры. М., 1995;
16. Ньюман Л. Неопросные методы исследования // Социс. №6. 1998. №6.;
17. Пирс Ч. С. Логические основания теории знаков / Пер. с англ. В.В. Кирющенко. СПб.: Алетейя, 2000;
18. Почепцов Г.Г. Коммуникативные технологии двадцатого века. М., Киев: Рефл-бук, 2002;
19. Пронин С. Рекламная иллюстрация. Сила взгляда. Саранск, 2001;
20. Редакционные ценности Би-би-си. Общественное вещание. <http://news.bbc.co.uk>;
21. Сахарный Л. В. Введение в психолингвистику. Л., 1989;
22. Соссюр Ф. Курс общей лингвистики. Труды по языкознанию. М., 1977;
23. Федотова Л.Н. Анализ содержания – социологический метод изучения средств массовой коммуникации. М.: Научный мир, 2001;
24. Федотова Л.Н. Социология массовой коммуникации. СПб.: Питер, 2003;
25. Флэш Р. Смысловое восприятие речевого сообщения, М., 1976;
26. Хоркхаймер М., Адорно Т. Диалектика просвещения. Философские фрагменты. / Пер. с нем. М. Кузнецова. М.: Медиум, 1997;
27. Ядов В.А. Стратегия социологического исследования. Описание, объяснение, понимание социальной реальности. М.: Добросвет, 1998;
28. Якобсон Р. Лингвистика и поэтика. Сборник Структурализм «за» и «против». М., 1975;
29. Baron S.I., Davis D.K. (1995). Mass Communication Theory: Foundation, Fervent and Future. Belmont;
30. Berger A. A. (2000). Media and Communication: Research methods. An introduction to Qualitative and Quantitative Approaches. L.: Sage;
31. Crowley D. (1994). Communication Theory Today. Polity Press;
32. Cuilenburg J. Van (1998). New Perspective on Media Diversity. Towards a Critical-Rational Approach to Media Performance. Changing Media and Communications. Y. Zassoursky and E. Vartanova (eds.). Moscow: Faculty of Journalism .ICAR;
33. Danielson W. (1935). Content Analysis in Communication Research // R. Nafziger and D. White (eds). Introduction to Mass Communication Research. Michigan;
34. Davis A. (2003). Whither Mass Media and Power. Evidence for Critical Elite Theory // Media, Culture & Society. SAGE Publications. Vol. 25;
35. DeFluer M., Ball-Rokeach S. (1989). Theory of Mass Communication. N.Y.: Longman;
36. Ehrenberg E. (1999). The Emperor's Old Clothes: a Rejoinder, International Journal of Advertising. The Quarterly Review of Marketing Communication. Vol. 18. № 1;
37. Jones J. Ph. (1995). When Ads Work: New Proof That Advertising Triggers Sales. N.Y: Lexington Books;
38. Katz E., Lazarsfeld P. (1955). Personal influence, Glencoe. IL: Free press;
39. Klapper, J.T. (1960). The effects of mass communication. N.Y. : Free Press;



40. Lasswell H. (1971). *The Structure and Function of Communication in Society. The Process and Effects of Mass Communication*. Chicago;
41. Lazarsfeld P., Merton R. (1948). *Mass Communication, popular taste and organized social action*. // *The Communication of Ideas*. N.Y.: Harper and Brothers;
42. McCombs M., Shaw D. (1972). *The Agenda Setting Function of Mass Media, Public Opinion Quarterly*. Vol. 36;
43. McQuail D. (1994). *Mass Communication and Public Interest: Towards Social Theory for Media Structure and Performance*. Crowley D., Mitchell D. (eds.). *Communication Theory Today*. - Polity Press;
44. McQuail D. (2008). *Mass Communication Theory: An Introduction*. L.: Sage Publication;
45. McQuail D., Blumler J., Brown J. (1972). *The television audience: A revised perspective/ D. McQuail (ed.). Sociology of mass communications*. L.: Middlesex;
46. Murdock G., Golding P. (1977). *Capitalism, Communication and Class Relations*. Curran J. et al. (eds). *Mass Communication and Society*. L.: Arnold;
47. Patterson, T. E. (2000). *Doing well and doing good: How soft news and critical journalism are shrinking the news audience and weakening democracy – and what news outlets can do about it*. Cambridge, Harvard university;
48. Postman N. (1986). *Amusing Ourselves to Death: Public Discourse in the Age of Show Business*. Penguin Books;
49. Rogers E. M. (1995). *Diffusion of Innovations*. N.Y.: Free Press;
50. Rogers E.M. (1997). *A History of Communication Study. A Biographical Approach*. New York, London, Toronto, Sydney, Singapore;
51. Shannon C., Weaver W. (1949). *The Mathematical Theories of Mass Communication*. Urbana;
52. Siebert F. S. , Peterson T., Shramm W. (1956). *Four Theories of the Press*. University of Illinois Press;
53. Stephenson, W. (1967). *The play theory of mass communication*. Chicago: University of Chicago Press.

#### **10.4 Справочники, словари, энциклопедии**

В ходе курса не используются.

#### **10.5 Программные средства**

Для успешного освоения дисциплины, студент использует следующие программные средства:

- Microsoft Word;
- Microsoft Power Point;
- Интернет браузер.

В ходе работы над проектом/эссе по желанию студента возможно использование пакета обработки данных SPSS.

#### **10.6 Дистанционная поддержка дисциплины**

Курс поддерживается Информационной образовательной среды НИУ ВШЭ (<http://www.lms.hse.ru>).

### **11 Материально-техническое обеспечение дисциплины**

В ходе аудиторных занятий используется ноутбук и проектор для демонстрации слайдов.