



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

Факультет коммуникаций, медиа и дизайна
Департамент медиа

**Рабочая программа дисциплины «История и теория медиа»
(2 курс, 3-4 модули)**

для образовательной программы «Журналистика»
направления подготовки 42.03.02
уровень бакалавр

Разработчик(и) программы:

Ним Е.Г., к.социол.н., доцент, enim@hse.ru

Тимофеева О.А., преподаватель департамента медиа факультета коммуникаций, медиа и дизай-
на НИУ ВШЭ. E-mail: otimofeyeva@hse.ru

Вербилович О.Е., преподаватель департамента медиа факультета коммуникаций, медиа и ди-
зайна НИУ ВШЭ. E-mail: overbilovich@hse.ru

Одобрена на заседании Департамента медиа
«__» _____ 201_ г.

Руководитель департамента
Кирия И.В. _____

Утверждена Академическим советом образовательной программы
«__» _____ 201_ г., № протокола _____

Академический руководитель образовательной программы
Корзун С.Л. _____

Москва, 2018

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



1 Область применения и нормативные ссылки

Настоящая программа учебной дисциплины устанавливает требования к образовательным результатам и результатам обучения студента и определяет содержание и виды учебных занятий и отчетности.

Программа предназначена для преподавателей, ведущих дисциплину «История и теория медиа», учебных ассистентов и студентов направления подготовки 42.03.02 «Журналистика», обучающихся по образовательной программе «Журналистика».

Программа учебной дисциплины разработана в соответствии с:

- Образовательным стандартом НИУ ВШЭ;
- Образовательной программой «Журналистика» по направлению 42.03.02 «Журналистика».
- Объединенным учебным планом университета по образовательной программе «Журналистика», утвержденным в 2017г.

2 Цели освоения дисциплины

Целями освоения дисциплины «История и теория медиа» (части «Теория медиа») являются:

- формирование у студентов комплексного представления о современных теоретических подходах к изучению массовых коммуникаций;
- актуализация значимости междисциплинарного знания в области медиаисследований;
- освоение навыков использования теорий массовых коммуникаций в качестве концептуальной рамки для анализа процессов, происходящих в сфере медиа.

3 Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

В результате освоения дисциплины студент должен:

- Знать основные понятия и базовые категории медиатеорий, 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.
- Владеть языком и терминологической базой для ведения дискуссий по теориям медиа.
- Уметь оценивать и сопоставлять различные медиатеории, подвергать их критической рефлексии; применять изученные теоретические подходы и модели к анализу медиакоммуникаций в современном обществе.
- 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.

Уровни формирования компетенций:

- **РБ** — ресурсная база, в основном теоретические и предметные основы (знания, умения);
- **СД** — способы деятельности, составляющие практическое ядро данной компетенции;



- **МЦ** — мотивационно-ценностная составляющая, отражает степень осознания ценности компетенции человеком и готовность ее использовать.

В результате освоения дисциплины студент осваивает компетенции:

Компетенция	Код по ОС ВШЭ	Уровень формирования компетенции	Дескрипторы — основные признаки освоения (показатели достижения результата)	Формы и методы обучения, способствующие формированию и развитию компетенции	Форма контроля уровня сформированности компетенции
Способен работать с информацией: находить, оценивать и использовать информацию из различных источников, необходимую для решения научных и профессиональных задач (в том числе на основе системного подхода)	УК-5	РБ/СД	<ul style="list-style-type: none">• Способен находить информацию о теориях медиа, используя различные источники (библиотечные каталоги, электронные базы данных)• Понимает связь теорий медиа с различными методами медиаисследований, включая методы сбора, анализа и представления информации	Чтение основной и дополнительной литературы; дискуссии на семинарах;	Контрольная работа, ответы на семинарах
Способен критически оценивать и переосмысливать накопленный опыт (собственный и чужой), рефлексировать профессиональную и социальную деятельность	УК-9	СД/МЦ	<ul style="list-style-type: none">• Определяет проблемные ситуации в журналистике и медиасреде в терминах теорий медиа• Интерпретирует и критически оценивает медийный опыт в рамках различных парадигм медиаисследований	Чтение основной и дополнительной литературы; критический разбор текстов и дискуссии на семинарах;	Контрольная работа, ответы на семинарах
Способен понимать и анализировать мировоззренческие, социально и лично значимые проблемы и процессы, происходящие в обществе, связывать эти процессы с развитием медиа	ПК-6	СД/МЦ	<ul style="list-style-type: none">• Понимает масштабы и эффекты влияния медиа на жизнь индивидов, групп, институтов, социума и мирового сообщества• Обосновывает свою мировоззренческую и профессиональную позицию, апеллируя к концепциям медиа и медиаисследованиям	Чтение основной и дополнительной литературы; критический разбор текстов и дискуссии на семинарах	Ответы на семинарах
Способен использовать информационные технологии для поиска информации и идей как на родном, так и на иностранном языке	ПК-12	СД	<ul style="list-style-type: none">• Использует информационные технологии для поиска информации и идей на русском языке• Использует информационные технологии для поиска информации и идей на иностранном языке	Чтение основной и дополнительной литературы; дискуссии на семинарах	Ответы на семинарах
Способен описы-	ПК-23	РБ/СД	<ul style="list-style-type: none">• Использует словарь	Чтение основной и	Контрольная



Компетенция	Код по ОС ВШЭ	Уровень формирования компетенции	Дескрипторы — основные признаки освоения (показатели достижения результата)	Формы и методы обучения, способствующие формированию и развитию компетенции	Форма контроля уровня сформированности компетенции
вать проблемы и ситуации профессиональной деятельности, используя язык и аппарат гуманитарных, социальных и экономических наук для решения задач в профессиональной деятельности			различных социальных и гуманитарных парадигм для описания проблем и ситуаций в профессиональной сфере <ul style="list-style-type: none">• Применяет язык медиаисследований, описывая коммуникативные процессы• Способен оценить релевантность той или иной теории для описания и объяснения различных медиа-феноменов □	дополнительной литературы; критический разбор текстов и дискуссии на семинарах;	работа, ответы на семинарах
Способен определять новостные приоритеты дня, предлагать темы материалов и решать, в каком виде тот или иной материал может быть подан потребителю □	ПК-27	РБ/СД	<ul style="list-style-type: none">• Воспроизводит основные положения теории повестки дня• Знает критерии определения новостных приоритетов• Понимает эффекты воздействия новостей на аудиторию и знает способы их достижения	Чтение основной и дополнительной литературы; дискуссии на семинарах	Ответы на семинарах

4 Место дисциплины в структуре образовательной программы

Настоящая дисциплина относится к блоку обязательных дисциплин [Укажите цикл/блок дисциплин].

Изучение данной дисциплины базируется на следующих дисциплинах:

- Философия;
- Социология;
- Психология.

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;
- знание основных понятий и теорий общей психологии.

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

- Медиаменеджмент;
- в работе над курсовыми и ВКР.

5 Тематический план учебной дисциплины



№	Название раздела	Всего часов	Аудиторные часы				Самостоятельная работа
			Лекции	Семинары	Практические занятия	Другие виды работ ¹	
Раздел «Теория медиа» / Модуль 3. (Тимофеева О.А., Вербилович О.Е.)							
1.	Введение в теорию медиа.	18	4	2			12
2.	Понятие информации.	20	4	4			12
3.	Понятие коммуникации в гуманитарной сфере.	20	4	4			12
4.	Нормативные и операциональные теории медиа.	18	2	4			12
5.	Теории медиавоздействия.	26	4	6			16
Раздел «Теория медиа» / Модуль 4. (Тимофеева О.А., Вербилович О.Е.)							
6.	Структурно-функциональный анализ медиа.	24	4	6			14
7.	Культурно-критические теории медиа.	20	4	6			12
8.	Интерпретативные теории медиа.	20	4	4			12
9.	Теории информационного общества и глобализации.	18	3	3			12
10.	Работы и идеи отечественных медиаисследователей.	12	1	1			10
	Итого:	198	34	40			124

6 Формы контроля знаний студентов

Тип контроля	Форма контроля	2 год		Кафедра/подразделение	Параметры
		Модуль			
		3	4		
Текущий	Активность на семинарах	*	*	Департамент медиа	Участие студента в дискуссии, ответы на вопросы преподавателя, устные мини-презентации (индивидуальные и в группах).
	Система мини-тестов	*	*	Департамент медиа	17 письменных и/или компьютерные (электронные) мини-тестов по материалам лекций в форме

¹ Указать другие виды аудиторной работы студентов, если они применяются при изучении данной дисциплины.



					закрытых вопросов (10-15) не более чем на 10 минут каждого семинарского занятия.
Итоговый	Экзамен		*	Департамент медиа	Письменный тест по всему пройденному материалу, состоящий из закрытых вопросов.

7 Критерии оценки знаний, навыков

7.1 Текущий контроль:

Активность студента на семинаре оценивается по следующей рубрике:

- демонстрирует знание персоналий и ключевых положений обсуждаемой теории
- приводит существующие в науке аргументы в пользу актуальности этой теории и/или критику, ставящую под сомнение ее положения;
- приводит конкретные примеры из современной практики медиа-производства или медиапотребления, подкрепляющие или опровергающие правоту этой теории (примеры публикаций; события, явления и процессы, связанные с деятельностью медиа).

В системе мини-тестов критерий правильности применяется к данному студентом ответу по системе: «правильно» или «неправильно». Во всех вопросах мини-теста правильный ответ может быть только один.

7.2. Итоговый контроль: письменный экзамен в формате электронного тестирования (обязательный).

Письменный экзамен проводится в виде электронного тестирования (с помощью LMS) и является обязательным мероприятием для всех студентов, изучающих дисциплину. Тест состоит только из закрытых вопросов по всем темам, освоенным в рамках изучения дисциплины. Преподаватели готовят несколько вариантов тестовых заданий на каждую учебную группу, каждый вариант включает порядка 80-90 вопросов. Тест составляется на основе контрольных вопросов, проверяющих качество освоения дисциплины, умение студента логически мыслить, делать самостоятельные выводы.

Оценка выставляется по 10-балльной шкале пропорционально количеству правильных ответов, данных студентом. Проверка правильности производится системой автоматически, на основе заданных преподавателем корректных ответов по каждому вопросу.

8 Содержание дисциплины

Тема 1. Введение в теорию медиа (6 ч., лекции 4 / семинары 2).

1. Медиа как объект междисциплинарного исследования. Пространство теорий медиа в координатах «объективное — субъективное», «макросоциальное — микросоциальное».
2. Понятие «медиа» и его значение. «Срединный» характер медиа.
3. Необходимость изучения медиатеорий.
4. Подходы к классификации теорий медиа.

Основная литература

1. Гавра Д.П. Основы теории коммуникации. СПб.: Питер, 2011.



2. Назаров М.М. Массовая коммуникация и общество. Введение в теорию и исследование. 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. Шаповалов В.Ф. Являются ли «масс-медиа» средствами коммуникации? Опыт теоретической деконструкции // Медиаскоп. 2009. №2. URL: <http://mediascope.ru/node/358>

Тема 2. Понятие информации (8 ч., лекции 4 / семинары 4).

1. Этимология термина «информация», появление и развитие термина в русском языке.
2. Информация как фундаментальное общенаучное понятие. Философское рассмотрение понятия информация.
3. Развитие представлений об информации. Определение количества информации (Р. Хартли). Понятие «бит». Математическая теория информации К. Шеннона. Информация и упорядоченность системы. Трансмиссионная модель Шеннона–Уивера, ее ключевые элементы, значение и недостатки.
4. Идеи и определение информации Н. Винера. Понятия «энтропия», «избыточность», «обратная связь» (Н. Винер). Значение обратной связи для политической коммуникации. Страсбургская школа и работы А. Моля.
5. Атрибутивный и функциональный подходы к пониманию информации. Информологический и информациологический подходы. Многоуровневое понимание информации.
6. Социальная информация. Информация в журналистике. Массовая информация. Фундаментальные свойства информации.

Основная литература

1. Гавра Д.П. Основы теории коммуникации. СПб.: Питер, 2011.
2. Назаров М.М. Массовая коммуникация и общество. Введение в теорию и исследование. М.: URSS, 2010.
3. Черных А. И. Социология массовых коммуникаций. М.: ГУ-ВШЭ, 2008.

Дополнительная литература

1. Афанасьев В.Г. Социальная информация. — М.: Наука, 1994.
2. Информационная политика. — М.: РАГС, 2003.
3. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура. — М.: Изд-во ГУ-ВШЭ, 2000.
4. Массовые информационные процессы в современной России. — М.: РАГС, 2002.
5. Моль А. Социодинамика культуры. М.: Изд-во ЛКИ, 2008.
6. Мрочко Л.В. Теория и практика массовой информации. — М.: Флинта: МПСИ, 2006.
7. Назаров М.М. Массовая коммуникация и общество. — М.: «АВАНТИПЛЮС», 2004.
8. Цымбал Л.А. Синергетика информационных процессов. Закон информативности и его следствия. — М.: Наука, 1995.
9. Черных, А. Мир современных медиа. Территория будущего, 2007.
10. Юзвишин И.И. Основы информациологии. — М., 2000.

Тема 3. Понятие коммуникации в гуманитарной сфере (8 ч., лекции 4 / семинары 4).

1. Этимология термина «коммуникация». Взаимосвязь коммуникации и информации.



2. Понятие и уровни социальной коммуникации (Д. МакКуэйл). Подходы к пониманию коммуникации (Р. Крейг).
3. Основные формы коммуникации. Типология коммуникации.
4. Трансмиссионная и ритуальная модели коммуникации.
5. Массовая коммуникация и ее особенности и характеристики. Ключевые этапы развития средств коммуникации.
6. Соотношение массовой коммуникации и средств массовой коммуникации. Роль масс-медиа в жизни человека. Характеристики медиакommunikации в 21 веке.

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. Черных А. И. Социология массовых коммуникаций. М.: ГУ-ВШЭ, 2008.

Дополнительная литература

1. Адамьянц Т.З. Социальная коммуникация. — М. ИС РАН, 2005.
2. Березин В.М. Массовая коммуникация: сущность, каналы, действия. — М.: Изд-во РИП-холдинг, 2003.
3. Борев В.Ю., Коваленко А.В. Культура и массовая коммуникация. — М.: Наука, 1986.
4. Бориснев С.В. Социология коммуникации. — М.: БНИТИ-ДАТА, 2003.
5. Конечкая В.П. Социология коммуникации. — М., 1997
6. Назаров М.М. Массовая коммуникация и общество. — М.: «АВАНТИПЛЮС», 2004.
7. Основы теории коммуникации. / Под ред. Проф. М.А.Василика. — М.: Гардарики, 2003.
8. Почепцов Г.Г. Теория коммуникации. — М.: 2001.
9. Соколов А.В. Общая теория социальной коммуникации. — СПб.: Изд-во Михайлова В.А., 2002.
10. Черных, А. Мир современных медиа. Территория будущего, 2007.
11. Шарков Ф.И. Основы теории коммуникации. — М., 2003.

Тема 4. Нормативные и операциональные теории медиа (6 ч., лекции 2 / семинары 4).

1. Проблема взаимодействия СМИ и общества. Понятие «свобода слова». Свобода слова в работах Дж. Локка, Дж. Милтона, И. Бентама, Дж. Милля. Критика свободы слова.
2. Теория нормативных моделей деятельности СМИ (У. Шрамм, Т. Питерсон, Ф. Сиберт). Авторитарная модель. Либертарианская модель. Советская модель. Модель социальной ответственности.
3. Современные нормативные модели. Модель общественного вещания. Модель медийных трестов. Модель демократического участия. Теория для медиа периода развития.
4. 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).
5. Теории новостных ценностей. Понятие новостной ценности (У. Липпман). Критерии отбора событий в качестве новостей (Дж. Галтунг, М. Руж, Ф. Шлезингер, А. Белл). Феномен плохих новостей. Различие новостных ценностей для стран «первого», «второго» и «третьего» мира (Д. Лул).



Основная литература

1. Назаров М.М. Массовая коммуникация и общество. Введение в теорию и исследование. 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 / 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, K. (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)

Тема 5. Теории медиавоздействия (10 ч., лекции 4 / семинары 6).

1. Этапы изучения эффектов медиавоздействия. Понятие и виды эффектов медиавоздействия (краткосрочные — долгосрочные, планируемые — спонтанные). Подходы к периодизации исследований эффектов медиавоздействия.
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. Теории ограниченных медиаэффектов. Основные положения теорий ограниченных эффектов (Б. Берельсон, К. Ховланд). Концепция лидеров мнения и модель двухступенчатого потока коммуникации Э. Каца и П. Лазарсфельда. Понятие «лидер мнения» и его роль в массово-коммуникационных процессах. Критика модели двухступенчатого потока коммуникации. Психологическая модель воздействия ТВ (Дж. Комсток). Влияние теории когнитивного диссонанса Л. Фестингера на медиаисследования. Трёхфакторная модель восприятия Ч.Осгуда и ее значение в исследованиях восприятия медиатекстов.
4. Современные теории медиавоздействия. Социально-когнитивная теория А. Бандуры как основа исследований медиавоздействия. Концепция прайминга (А. Бандура, Л. Берковиц, Дж. Комсток, Р. Горансон и др.). Гипотеза культивации (Дж. Гербнер). Теория диффузии инноваций (Э. Роджерс). Модель «полезности и удовлетворения потребностей» (Э. Кац, М. Гуревич, А. Рубин, К. Розенгрэн, С. Уиндал, Б. Гринберг, Дж. Клэппер). Теория разрыва в знаниях (П. Тичнор, Дж. Донохью, К. Олин). Модель зависимости медиаэффектов (С. Болл-Рокич, М. ДеФлюэр). Теория повестки дня (М. Маккомбс, Д. Шоу, Ш. Ийенгар, Д. Киндер, Г. Цукер, Д. Вивер). Концепция «спирали молчания» (Э. Ноэль-Нойман). Концепция «усталости сострадать» (К. Кинник, Дж. Кругман, Дж. Кэмерон).
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.

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. С. 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.

Тема 6. Структурно-функциональный анализ медиа (10 ч., лекции 4 / семинары 6).

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.
2. Массмедиа как социальный институт. Понятие социального института. Специфические черты СМИ как социального института. Процессы институционализации и деинституционализации в сфере медиа. Процессы медиатизации «немедийных» социальных институтов.
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.

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. Лазарфельд 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.
2. Лассвелл Г. Структура и функции коммуникации в обществе / Назаров М.М. Массовая коммуникация в современном мире. М.: Аванти Плюс, 2004. С. 233–242.
3. Мертон Р. Явные и латентные функции / Американская социологическая мысль: Тексты. М.: МГУ 1994. С. 379–448.
4. Моль А. Социодинамика культуры. М.: Изд-во ЛКИ, 2008.
5. Черных А.И. Социология массовой коммуникации. М.: ГУ ВШЭ, 2008.

Тема 7. Культурно-критические теории медиа (10 ч., лекции 4 / семинары 6).

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.
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.
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.
4. Концепция символической власти. Конструктивистский структурализм П. Бурдьё. Концепция социального пространства: поля, агенты, капиталы, структуры, практики, габитус. Понятие символического капитала и символической власти. Специфика «поля журналистики». П. Бурдьё о телевидении и медиатизации науки. Габитус, вкус и стили жизни.
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.

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. Здороваго Ю.А. М.: Медиум, 1996.
3. Бурдьё П. О телевидении и журналистике. М.: Фонд научных исследований «Прагматика культуры», Институт экспериментальной социологии, 2002.
4. Бурдьё 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.

Тема 8. Интерпретативные теории медиа (8 ч., лекции 4 / семинары 4).

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.
2. Медиа в контексте семиотики и структурализма. Семиотика как учение о знаках, знаковых системах и кодах. Массовая коммуникация и язык. Структура знака (Ф. де Соссюр) и типы знаков (Ч. Пирс). Способы организации знаков: парадигмы и синтагмы. Структура мифа в семиологии. Денотация и коннотация (Р. Барт). Идеи К. Леви-Стросса. 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.
3. Теории дискурса и критический дискурс-анализ. Понятие дискурса и подходы к его интерпретации (М. Фуко, Т.А. ван Дейк, Э. Лакло, 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).

Основная литература

1. Назаров М.М. Массовая коммуникация и общество. Введение в теорию и исследование. М.: URSS, 2010.
2. 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>
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.

Тема 9. Теории информационного общества и глобализации (6 ч., лекции 3 / семинары 3).

1. Информационное общество: понятие и классификация теорий. Информационное общество как социологическая и футурологическая концепция. Подходы к определению информационного общества и классификация теорий информационного общества Ф. Уэбстера.
2. Теории постиндустриализма / постмодернизма. Торонтская школа. Технологический детерминизм и концепция «глобальной деревни» М. Маклюэна. Теории постиндустриального общества (Д. Белл, Э. Тоффлер, Е. Масуда). Теория сетевого общества М. Кастельса. Теории постмодернизма (Ж. Бодрийяр, М. Постер). Медиакоммуникации как основа постиндустриального / постмодернистского общества.
3. Теории непрерывной информатизации общества. Информация, медиа и глобализация. Теория рефлексивной модернизации Э. Гидденса. Концепция текучей современности З. Баумана. Теория гибкой аккумуляции Д. Харви. Концепция публичной сферы Ю. Хабермаса.
4. Кибероптимизм и киберпессимизм. Идеи К. Ширки, Т. О'Рейли, Дж. Ланир, Е. Морозов. Киберпространство: возможности, надежды, иллюзии и угрозы. Свобода и контроль, активность и пассивность в мире сетевых коммуникаций.

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 З. 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. Симулякры и симуляция. М.: Постум, 2015.
4. Гидденс Э. Ускользящий мир: как глобализация меняет нашу жизнь. М.: Весь мир, 2004.
5. Кастельс М. Галактика Интернет. Екатеринбург: У-Фактория, 2004.
6. Кастельс М. Информационная эпоха. М.: ГУ-ВШЭ, 2000.
7. Маклюэн М. Понимание медиа: внешние расширения человека. М.: Кучково поле, 2007.
8. Тоффлер Э. Третья волна. М.: АСТ, 2004.
9. Хабермас Ю. Моральное сознание и коммуникативное действие. М.: Наука, 2006.
10. Ширки К. Включи мозги. Свободное время в эпоху Интернета: пер. с англ. М.: Карьера Пресс, 2012.



11. Урри Дж. Мобильности. М.: Издательство: Праксис, 2012.
12. Castells, M. (2011) *Communication power*, Oxford; New York: Oxford University Press.
13. Castells, M. (2013) *Networks of outrage and hope*, Cambridge: Polity Press.
14. Hepp, A. (2013) *Cultures of mediatization*, Cambridge: Polity Press.
15. Morozov, E. (2011) *The net delusion: The dark side of Internet freedom*, New York: Public Affairs.

Тема 10. Работы и идеи отечественных медиаисследователей (2 часа, лекции 1 / семинары 1).

1. Работы Б.М. Фирсова, Ю.М. Лотмана и Б.А. Грушина.
2. Семио-социопсихологический подход Т.М. Дридзе, развитие подхода в работах Т.З. Адамьянц.
3. Теория медиагенезиса В.Ю. Борева и А.В. Коваленко.
4. Теория виртуализации общества Д.В. Иванова.

Основная литература

1. Березин В.М. Массовая коммуникация: сущность, каналы, действия. — М.: Изд-во РИП-холдинг, 2003.
2. Назаров М.М. Массовая коммуникация и общество. Введение в теорию и исследования. М.: URSS, 2010.

Дополнительная литература

1. Адамьянц Т.З. Социальная коммуникация. — М. ИС РАН, 2005.
2. Боров В.Ю., Коваленко А.В. Культура и массовая коммуникация. — М.: Наука, 1986.
3. Грушин Б.А. Массовое сознание. Опыт определения и проблемы исследования. — М., 1987
4. Докторов Б.З. Первопроходцы мира мнений: от Гэллага до Грушина. — М.: Институт Фонда «Общественное мнение», 2005.
5. Дридзе Т.М. Текстовая деятельность в структуре социальной коммуникации. — М., 1984.
6. Иванов Д.В. Виртуализация общества. — СПб.: Петербургское Востоковедение, 2000.
7. Лотман Ю.М. Семиотика кино и проблемы киноэстетики. — Таллин, 1973.
8. Лотман Ю., Цивьян Ю. Диалог с экраном. — Таллинн, 1994.
9. Массовая коммуникация в советском промышленном городе /под редакцией Б.А.Грушина. — М., 1980
10. Назаров М.М. Массовая коммуникация в современном мире: методология анализа и практика исследований. — М.: УРСС, 1999.
11. Почепцов Г.Г. Теория и практика коммуникации. — М.: Центр, 1998.
12. Почепцов Г.Г. Теория коммуникации. — М.: 2001.
13. Социальная коммуникация и социальное управление в эоантропоцентрической и семиосоциопсихологической парадигмах. В 2 книгах. — М.: ИС РАН, 2000.
14. Фирсов Б.М. История советской социологии 1950-1980 годов: курс лекций. — СПб., 2001.
15. Фирсов Б.М. Пути развития средств массовой коммуникации. — Л., 1977.
16. Фирсов Б.М. Телевидение глазами социолога. — М.: Искусство, 1971.



9 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.

10 Оценочные средства для текущего контроля и аттестации студента

10.1 Оценочные средства для оценки качества освоения дисциплины в ходе текущего контроля

Активность на семинарах. Формы работы и отчетности: участие в дискуссиях и ответы на вопросы преподавателя; выполнение групповых и/или индивидуальных заданий, полученных на семинаре; устные мини-презентации (групповой формат), работа с кейсами от преподавателей и самих студентов.

Система мини-тестов. Формы работы и отчетности: письменное мини-тестирование в формате закрытых вопросов (10-15) не более чем на 10 минут в начале или конце каждого семинара. Основная задача: выявление и проверка остаточных знаний, закрепление материалов прошедших лекций.

10.2 Оценочные средства для оценки качества освоения дисциплины в ходе итогового контроля

Примерный перечень вопросов для подготовки к экзамену и самопроверки студентов:

1. Медиа как объект междисциплинарного исследования.
2. Понятие «медиа» и его значение.
3. «Срединный» характер медиа.
4. Проблемы, решаемые медиатеориями.
5. Ограниченность классификации медиатеорий по дисциплинам.
6. Ограниченность классификации медиатеорий по объектам исследования.
7. Классификация медиатеорий по парадигмам.
8. Классификация медиатеорий по характеру их происхождения (Д. МакКуэйл).
9. Понятие «информация».
10. Понятие «бит» и количество информации (Р. Хартли).
11. Математическая теория информации К. Шеннона.
12. Трансмиссионная модель Шеннона–Уивера и ее недостатки.
13. Понятия «энтропия» и «избыточность».
14. Понятие «обратная связь» (Н. Винер).
15. Работы и идеи А. Моля.
16. Атрибутивный и функциональный подходы к пониманию информации.
17. Информологический и информациологический подходы к понятию информации.
18. Многоуровневое понимание информации.
19. Социальная информация.
20. Информация в журналистике и массовая информация.
21. Фундаментальные свойства информации.
22. Понятие «коммуникация».
23. Взаимосвязь коммуникации и информации.
24. Уровни социальной коммуникации («пирамида» Д. МакКуэйла).
25. Семь подходов к пониманию коммуникации (Р. Крейг).



26. Модели социальной коммуникации.
27. Основные формы коммуникации.
28. Этапы развития средств коммуникации.
29. Ключевые характеристики массовой коммуникации.
30. Соотношение понятий СМИ, массовые коммуникации, медиа, медиакommunikации.
31. Ключевые характеристики медиакommunikаций в 21 веке.
32. Нормативные теории прессы (У. Шрамм, Т. Питерсон, Ф. Сиберт)
33. Авторитарная модель.
34. Тоталитарная модель.
35. Либертарианская модель.
36. Модель социальной ответственности.
37. Модель общественного вещания.
38. Модель медийных трестов.
39. Модель демократического участия.
40. Теория для медиа периода развития.
41. Феномен гейткипинга в медиасфере.
42. Теории новостных ценностей.
43. Этапы изучения эффектов медиавоздействия.
44. Понятие и виды эффектов медиавоздействия.
45. Теория массово-коммуникационных эффектов (Д. МакКуэйл).
46. Влияние бихевиоризма и фрейдизма на формирование теорий пропаганды.
47. Теории пропаганды / «волшебной пули» (Г. Лассуэлл, У. Липпман).
48. Модель коммуникативного акта Г. Лассуэлла.
49. Критика модели коммуникативного акта.
50. Основные положений теорий ограниченных эффектов (Б. Берельсон, К. Ховланд).
51. Модель двухступенчатого потока коммуникации Э. Каца и П. Лазарсфельда.
52. Критика модели двухступенчатого потока коммуникации.
53. Психологическая модель воздействия ТВ (Г. Комсток).
54. Влияние теории когнитивного диссонанса Л. Фестингера на медиаисследования.
55. Концепция прайминга (А. Бандура и др.).
56. Гипотеза культивации (Дж. Гербнер).
57. Теория диффузии инноваций (Э. Роджерс).
58. Теория «полезности и удовлетворения потребностей» (Э. Кац и др.).
59. Теория разрыва в знаниях (П. Тичнор и др.).
60. Модель зависимости медиаэффектов (С. Болл-Рокич, М. ДеФлюэр).
61. Теория повестки дня (М. Маккомбс, Д. Шоу и др.).
62. Концепция «спирали молчания» (Э. Ноэль-Нойман).
63. Концепция «усталости сострадать» (К. Кинник и др.).
64. Основные направления исследований медиавоздействия.
65. Категории структурного функционализма: система, структура, функции.
66. Общество как социальная система (Т. Парсонс).
67. Основные постулаты структурного функционализма и их критика Р. Мертоном.
68. Виды социальных функций по Р. Мертону.
69. Массмедиа как социальный институт: основные атрибуты.
70. Функции и дисфункции массмедиа (Р. Мертон, П. Лазарсфельд, Г. Лассуэлл и др.).
71. Неомарксизм: британские культурные исследования и Франкфуртская школа.
72. Концепция «культурной индустрии» М. Хоркхаймера и Т. Адорно.
73. Работы по теории массовой коммуникации В. Беньямина и Г. Маркузе.
74. Концепция гегемонии А. Грамши.
75. Структуралистская концепция идеологии Л. Альтюссера.
76. Концепция культурного господства Г. Шиллера.



77. Концепция символического конструирования идеологии: Дж. Томпсон.
78. Поле журналистики и символическая власть в теории социального пространства П. Бурдьё.
79. Критика современного телевидения в работах Н. Постмана.
80. Дискурсивная теория конструирования социальных проблем (Дж. Китсьюз и П. Ибарра).
81. Конструирование социальных проблем на публичных аренах (С. Хилгартнер и Ч. Боск).
82. Конструктивистская теория общественного мнения Ж.-П. Пажеса.
83. Структура знака (Ф. де Соссюр) и типы знаков (Ч. Пирс).
84. Денотация и коннотация, структура мифа в семиологии (Р. Барт).
85. Элементы коммуникативного акта и функции коммуникации (Р. Якобсон).
86. Теория репрезентации С. Холла.
87. Модель кодирования / декодирования С. Холла.
88. Семиотические коды телевидения (Дж. Фиск).
89. Русский формализм (В. Пропп).
90. Критический дискурс-анализ (Н.Фэрклоу).
91. Постструктуралистская теория дискурса (Э. Лакло, Ш. Муфф).
92. Подходы к определению информационного общества (Ф. Уэбстер).
93. Классификация теорий информационного общества (Ф. Уэбстер).
94. Технологический детерминизм и концепция «глобальной деревни» М. Маклюена.
95. Теории постиндустриального общества (Д. Белл, Э. Тофлер, Е. Масуда)
96. Теория сетевого общества М. Кастельса.
97. Теории постмодернизма (Ж. Бодрийяр, М. Постер).
98. Теория рефлексивной модернизации Э. Гидденса.
99. Концепция текучей современности З. Баумана.
100. Теория гибкой аккумуляции Д. Харви.
101. Концепция публичной сферы Ю. Хабермаса.
102. Кибероптимизм и киберпессимизм (К. Ширки, Т. О'Рейли, Дж. Ланир, Е. Морозов).
103. Работы Б.М.Фирсова по социологии массовых коммуникаций.
104. Работы Ю.М.Лотмана по семиотике массовой коммуникации.
105. Работы Б.А.Грушина по социологии массовых коммуникаций.
106. Семиосоциопсихологический подход Т.М.Дридзе.
107. Теория медиагенезиса В.Ю.Борева и А.В.Коваленко.
108. Теория виртуализации общества Д.В.Иванова.

11 Порядок формирования оценок по дисциплине

Результирующая оценка за 3 и 4 модули второго года обучения рассчитывается по формуле:

$$O_{рез.} = 0,5 * O_{накоп.} + 0,5 * O_{экс.}$$

Где:

$O_{рез.}$ — итоговая оценка, полученная студентом за 3 и 4 модули второго года обучения (по 10-балльной шкале).

$O_{накоп.}$ — накопленная студентом оценка за два модуля (по 10-балльной шкале).

$O_{экс.}$ — оценка, полученная студентом за экзамен (по 10-балльной шкале).



Накопленная оценка рассчитывается по формуле:

$$O_{\text{накоп.}} = 0,8 * O_{\text{акт.}} + 0,2 * O_{\text{тест.}} + B$$

Где:

O_{акт.} — оценка активности студента на семинарских занятиях.

O_{тест.} — средняя оценка за выполненные студентом в рамках семинарских занятий мини-тестов (среднее арифметическое оценок за отдельные мини-тесты, если тест был пропущен, за него ставится оценка — 0 (ноль)).

B — бонус (0 — 0,5 балла), который может быть добавлен к общей накопленной оценке за выдающиеся достижения и участие в активностях, дополнительно озвученных на первом семинаре; ставится по усмотрению преподавателя.

Для результирующей, накопленной и экзаменационной оценок действует следующий способ округления: при значениях от 0,1 до 0,4 оценка округляется в меньшую сторону, при значениях от 0,5 до 0,9 — в большую.

Округление любых других оценок не предусмотрено.

12 Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

12.1 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.

12.2 Основная литература

1. Березин В.М. Массовая коммуникация: сущность, каналы, действия. — М.: Изд-во РИП-холдинг, 2003.
2. Брайант Д. Основы воздействия СМИ. М.: Вильямс, 2004.
3. Богомолова Н.Н. Социальная психология массовой коммуникации. М.: Аспект Пресс, 2010.
4. Виноградова С.М. Психология массовой коммуникации. М.: Юрайт, 2014.
5. Гавра Д.П. Основы теории коммуникации. СПб.: Питер, 2011.
6. Кирия, И. В., Новикова, А. А. История и теория медиа [Текст] : учебник для вузов / И. В. Кирия, А. А. Новикова ; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». — М. : Изд. дом Высшей школы экономики, 2017.
7. Почепцов Г.Г. Медиа: теория массовых коммуникаций. Киев: Альтерпрес, 2008.
8. Уэбстер Ф. Теории информационного общества. М.: Аспект Пресс, 2004.
9. Черных А.И. Социология массовых коммуникаций. М.: ГУ-ВШЭ, 2008.

12.3 Дополнительная литература

Дополнительная литература на русском языке:

1. Абельс Х. Интеракция, идентичность, презентация. Введение в интерпретативную социологию. СПб.: Алетейя, 1999.
2. Адамьянц Т.З. Социальная коммуникация. — М. ИС РАН, 2005.
3. Альтюссер Л. Идеология и идеологические аппараты государства // Неприкосновенный запас. 2011. № 3 (77). URL: <http://magazines.russ.ru/nz/2011/3/al3.html>



4. Афанасьев В.Г. Социальная информация. — М.: Наука, 1994.
5. Бакулев Г.П. Массовая коммуникация: западные теории и концепции. М.: Аспект Пресс, 2010.
6. Бауман З. Глобализация. Последствия для человека и общества. М.: Весь Мир, 2004.
7. Белинская Е.П. Психология Интернет-коммуникации. М.: МПСУ, 2013.
8. Белл Д. Грядущее постиндустриальное общество. Опыт социального прогнозирования. М.: Academia, 2004.
9. Беньямин В. Произведение искусства в эпоху его технической воспроизводимости: Избранные эссе. Пер. с нем. / Под. ред. Здорова Ю.А. М.: Медиум, 1996.
10. Березин В.М. Массовая коммуникация: сущность, каналы, действия. — М.: Изд-во РИП-холдинг, 2003.
11. Бодрийяр Ж. В тени молчаливого большинства, или конец социального. Екатеринбург: Изд-во Уральского университета, 2000.
12. Бодрийяр Ж. Симулякры и симуляция. М.: Постум, 2015.
13. Боров В.Ю., Коваленко А.В. Культура и массовая коммуникация. — М.: Наука, 1986.
14. Бориснев С.В. Социология коммуникации. — М.: БНИТИ-ДАТА, 2003.
15. Брайант Д. Основы воздействия СМИ. М.: Вильямс, 2004.
16. Бурдьё П. О телевидении и журналистике. М.: Фонд научных исследований «Прагматика культуры», Институт экспериментальной социологии, 2002.
17. Бурдьё П. Социальное пространство: поля и практики. М.: Институт экспериментальной социологии; СПб.: Алетейя, 2005.
18. Ван Дейк Т.А. Дискурс и власть: Репрезентация доминирования в языке и коммуникации. М.: URSS, 2014.
19. Ван Дейк Т.А. Дискурс и доминирование // Современный дискурс-анализ. 2009. Вып.1. Т.1. URL: <http://www.discourseanalysis.org>
20. Гидденс Э. Ускользящий мир: как глобализация меняет нашу жизнь. М.: Весь мир, 2004.
21. Гофман И. Представление себя другим в повседневной жизни. М.: Канон-пресс, 2000.
22. Грамши А. Тюремные тетради. М.: Политиздат, 1991.
23. Гринев-Гриневиц С.В. Основы семиотики. М.: Флинта, 2012.
24. Грушин Б.А. Массовое сознание. Опыт определения и проблемы исследования. — М., 1987
25. Докторов Б.З. Первопроходцы мира мнений: от Гэллага до Грушина. — М.: Институт Фонда «Общественное мнение», 2005.
26. Дридзе Т.М. Текстовая деятельность в структуре социальной коммуникации. — М., 1984.
27. Дьякова Е.Г., Трахтенберг А.Д. Массовая коммуникация и проблема конструирования реальности: анализ основных теоретических подходов. Екатеринбург: УрО РАН, 1999.
28. 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.
29. Иванов Д.В. Виртуализация общества. – СПб.: Петербургское Востоковедение, 2000.
30. Информационная политика. — М.: РАГС, 2003.
31. Йоргенсен М.В., Филлипс Л.Дж. Дискурс-анализ. Теория и метод. Харьков: Гуманитарный центр, 2004.
32. Кастельс М. Галактика Интернет. Екатеринбург: У-Фактория, 2004.



33. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура. — М.: Изд-во ГУ-ВШЭ, 2000.
34. 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. С. 187–218.
35. Конечкая В.П. Социология коммуникации. — М., 1997
36. 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.
37. 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.
38. Липпман У. Общественное мнение. М.: Институт Фонда «Общественное мнение», 2004.
39. Лотман Ю., Цивьян Ю. Диалог с экраном. — Таллинн, 1994.
40. Лотман Ю.М. Семиотика кино и проблемы киноэстетики. — Таллин, 1973.
41. Луман Н. Реальность массмедиа. М.: Практикс, 2005.
42. 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.
43. Маклюэн М. Понимание медиа: внешние расширения человека. М.: Кучково поле, 2007.
44. Маркузе Г. Одномерный человек. М.: Директмедиа Паблишинг, 2007.
45. Массовая коммуникация в советском промышленном городе /под редакцией Б.А.Грушина. — М., 1980
46. Массовые информационные процессы в современной России. — М.: РАГС, 2002.
47. Матвеева Л.В. Психология телевизионной коммуникации. М.: РИП-холдинг, 2004.
48. Матисон Д. Медиа дискурс. Харьков: Гуманитарный центр, 2013.
49. Мертон Р. Явные и латентные функции / Американская социологическая мысль: Тексты. М.: МГУ 1994. С. 379–448.
50. Моль А. Социодинамика культуры. М.: Изд-во ЛКИ, 2008.
51. Мрочко Л.В. Теория и практика массовой информации. — М.: Флинта: МПСИ, 2006.
52. Назаров М.М. Массовая коммуникация в современном мире: методология анализа и практика исследований. — М.: УРСС, 1999.
53. Назаров М.М. Массовая коммуникация и общество. — М.: «АВАНТИПЛЮС», 2004.
54. Ноэль-Нойман Э. Общественное мнение. Открытие спирали молчания. М.: Прогресс-Академия, Весь Мир, 1996.
55. Основы теории коммуникации. / Под ред. Проф. М.А.Василика. — М.: Гардарики, 2003.
56. Пажес Ж.-П. Конфликты и общественное мнение // Социс. 1991. № 7. С. 107–115.
57. Постман Н. «А теперь, ... о другом ...»: Пер. с англ. / Назаров М.М. Массовая коммуникация в современном мире. М.: Аванти Плюс, 2004. С. 273–283.
58. Почепцов Г.Г. Медиа: теория массовых коммуникаций. Киев: Альтерпрес, 2008.
59. Почепцов Г.Г. Теория и практика коммуникации. — М.: Центр, 1998.
60. Почепцов Г.Г. Теория коммуникации. — М.: 2001.



61. Сиберт Ф.С., Питерсон Т., Шрамм У. Четыре теории прессы. М.: Нац. ин-т прессы, Вагриус, 1998.
62. Соколов А.В. Общая теория социальной коммуникации. — СПб.: Изд-во Михайлова В.А., 2002.
63. Социальная коммуникация и социальное управление в эоантропоцентрической и семиосоциопсихологической парадигмах. В 2 книгах. — М.: ИС РАН, 2000.
64. Социальные проблемы: конструкционистское прочтение / Под ред. И.Г. Ясавеева. Казань: Изд-во Казанского ун-та, 2007.
65. 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.
66. Тоффлер Э. Третья волна. М.: АСТ, 2004.
67. Урри Дж. Мобильности. М.: Издательство: Праксис, 2012.
68. Фирсов Б.М. История советской социологии 1950-1980 годов: курс лекций. — СПб., 2001.
69. Фирсов Б.М. Пути развития средств массовой коммуникации. — Л., 1977.
70. Фирсов Б.М. Телевидение глазами социолога. — М.: Искусство, 1971.
71. Хабермас Ю. Моральное сознание и коммуникативное действие. М.: Наука, 2006.
72. Харрис Р. Психология массовых коммуникаций. СПб.: Прайм-Еврознак, 2003.
73. 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.
74. Хоркхаймер М., Адорно Т.В. Диалектика просвещения. М., СПб.: Медиум, Ювента, 1997.
75. Цымбал Л.А. Синергетика информационных процессов. Закон информативности и его следствия. — М.: Наука, 1995.
76. Черных А.И. Медиа и ритуалы. Москва, Санкт-Петербург: Университетская книга, 2013.
77. Черных А.И. Мир современных медиа. М.: Территория будущего, 2007.
78. Черных А.И. Социология массовой коммуникации. М.: ГУ ВШЭ, 2008.
79. Шаповалов В.Ф. Являются ли «масс-медиа» средствами коммуникации? Опыт теоретической деконструкции // Медиаскоп. 2009. №2. URL: <http://mediascope.ru/node/358>
80. Шарков Ф.И. Коммуникология: социология массовой коммуникации: Учебное пособие. М.: «Дашков и К°», 2010.
81. Шарков Ф.И. Основы теории коммуникации. — М., 2003.
82. Шиллер Г. Манипуляторы сознанием. М.: Мысль, 1980.
83. Ширки К. Включи мозги. Свободное время в эпоху Интернета: пер. с англ. М.: Карьера Пресс, 2012.
84. Эко У. Отсутствующая структура. Введение в семиологию. М.: Симпозиум, 2006.
85. Юзвишин И.И. Основы информатиологии. — М., 2000.
86. Ясавеев И.Г. Конструирование социальных проблем средствами массовой коммуникации. Казань: Изд-во Казанск. ун-та, 2004.

Дополнительная литература на иностранных языках:

1. Barzilai-Nahon, K. (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>
2. Cammaerts, B. (2012) 'Protest logics and the mediation opportunity structure', *European Journal of Communication*, 27(2): 117–34.



3. Castells, M. (2011) *Communication power*, Oxford; New York: Oxford University Press.
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. Dayan, D. and Katz, E. (1992) *Media events: The live broadcasting of history*, Cambridge, MA: Harvard University Press.
8. Flew, T. (2014) *New media*, Oxford; New York: Oxford University Press.
9. Hanson, R.E. (2014) *Mass communication*, Los Angeles [etc.]: SAGE Publications.
10. Hepp, A. (2013) *Cultures of mediatization*, Cambridge: Polity Press.
11. 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.
12. 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
13. 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-henryjenkins-convergence-culture2.pdf>
14. 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.
15. 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.
16. 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](http://eprints.lse.ac.uk/21420/1/On_the_mediation_of_everything_(LSERO).pdf)
17. Morozov, E. (2011) *The net delusion: The dark side of Internet freedom*. New York: Public Affairs.
18. Postman N. (2008) *How to watch TV news*, London: Penguin Books.

13 Материально-техническое обеспечение дисциплины

Стандартно оборудованные лекционные аудитории для проведения интерактивных лекций: видеопроектор, экран настенный, ноутбук, доска с маркерами.