

**Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова
Факультет журналистики**

УТВЕРЖДАЮ

Декан факультета журналистики,
профессор Варганова Е.Л.



**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
МЕДИА В ПОСТКЛАССИЧЕСКОЙ СОЦИОЛОГИИ**

Направление подготовки «Средства массовой информации и информационно-библиотечное дело»

АСПИРАНТУРА

Направленность/профиль «Журналистика»

42.06.01

**Квалификация выпускника
Исследователь. Преподаватель-исследователь**

Москва – 2019

МЕДИА В ПОСТКЛАССИЧЕСКОЙ СОЦИОЛОГИИ

Автор:

В.П.Коломиец, доктор социологических наук, профессор, заведующий кафедрой социологии массовых коммуникаций, факультет журналистики МГУ

АННОТАЦИЯ

Учебная дисциплина «Медиа в постклассической социологии» направлена на формирование у аспирантов профессиональных знаний о новых нетрадиционных социологических подходах к интерпретации функционирования институтов массовой коммуникации в современном обществе.

Программа строится вокруг эволюции медиа и социологии, включает в себя такие современные направления социологических исследований медиа, как медиаэкология, культурсоциология, сетевое общество и виртуальная реальность, гендерная социология, макдональдизация и визуализация медиа, антропологическая теория медиа.

Изучение дисциплины «Медиа в постклассической социологии» необходимо для эффективной научно-исследовательской работы аспиранта и подготовки им выпускной квалификационной работы (ВКР) научно-исследовательского характера.

1. Цели освоения дисциплины

Целями освоения дисциплины являются формирование у аспирантов профессиональных знаний о новых нетрадиционных социологических подходах к интерпретации функционирования институтов массовой коммуникации в современном обществе.

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Медиа в постклассической социологии» базируется на знаниях, полученных в ходе освоения ООП бакалавриата и магистратуры «Журналистика». Эффективное усваивание дисциплины невозможно без ранее изученных социологических дисциплин, рассматривающих традиционные методы анализа СМИ в социальном контексте, освоенных методик сбора и обработки социологической информации. Данная дисциплина развивает современный ракурс анализа медиа и выступает теоретико-методологически дополнением к дисциплинам «Социология» и «Социология СМИ» (бакалавриат), «Теории массовых коммуникаций», «Теория и практика медиаисследований» (магистратура).

Изучение дисциплины «Медиа в постклассической социологии» необходимо для эффективной научно-исследовательской работы аспиранта и подготовки им выпускной квалификационной работы (ВКР) научно-исследовательского характера.

3. Требования к результатам освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих **общепрофессиональных компетенций, предусмотренных образовательным стандартом аспирантуры МГУ:**

- владение необходимой системой знаний об актуальных практиках и научных исследованиях по данному направлению (ОПК-3);
- способность к эффективному применению современной методологии и методов исследования в самостоятельной научно-исследовательской деятельности, соответствующей профилю подготовки (ОПК-4).
- способность к критическому анализу и оценке современных научных достижений, генерирование новых идей при решении исследовательских и практических задач, в том числе в междисциплинарных областях (УК-1);
- способность проектировать и осуществлять комплексные исследования, в том числе междисциплинарные, на основе целостного системного научного мировоззрения (УК-2);
- готовность участвовать в работе российских и международных исследовательских коллективов по решению научных задач (УК-3);

Выпускник, освоивший программу дисциплины, должен обладать следующими профессиональными компетенциями:

знать современные парадигмы социологических подходов к средствам массовой коммуникации и уметь их использовать в своей исследовательской деятельности;

владеть методами социологических исследований массовой коммуникации, вытекающих из нетрадиционных подходов к анализу современных СМИ;

уметь сформулировать исследовательскую задачу на проведение социологического исследования с применением парадигм постклассической социологии;

обладать навыками оценки степени релевантности полученных в результате социологического исследования данных.

4. Структура и содержание дисциплины «СМИ в постклассической социологии»

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единицы, 108 часов.

4.1. Структура дисциплины

№ п/п	Раздел дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу аспиранта и трудоемкость (в часах)				Формы текущего контроля (по неделям семестра)
				Аудиторные занятия		Самостоятельн ая работа аспиранта		
				Лекции	Семинары	Изучение литературы	Подготовка контрольных работ	
1	Медиа социология как постклассическая социология			2	2	4	4	
2	Социальные концепции медиаэкологии			2	2	4	4	
3	Культурсоциология и медиа социология			2	2	4	4	
4	Социология социальных медиа			2	2	4	4	
5	Гендерная социология СМИ			2	2	4	4	
6	Социология медиа мобильности			2	2	4	4	
7	Макдональдизация СМИ			2	2	4	4	
8	Визуализация СМИ			2	2	4	4	
9	Антропологическая теория СМИ			2	2	4	4	
								Реферат по выбранной теме
	Итого (час):			36		72		Зачет

4.2. Содержание разделов дисциплины

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела
1	Медиа социология как постклассическая социология	<p>Цифровая революция как фактор развития новой коммуникационной среды (интернета). Новые общественные изменения, их отражение в различных социологических подходах, направленных на осмысление этих перемен. Постклассическая социология как обобщающее понятие, включающее в себя разнообразные попытки социологов дать адекватную картину функционирования современного общества и СМИ - его важнейшего института.</p> <p>От СМИ к медиа: содержательные изменения основных понятий.</p> <p>Медиа социология – применение социологической эпистемологии к медиа, как материальному носителю знаковых сообщений; явлению, охватывающему весь комплекс коммуникационных технологий, выступающему в качестве посредника в коммуникации и оказывающему существенное влияние на саму коммуникацию и общество, в котором эта коммуникация свершается.</p>
2	Социальные концепции медиаэкологии	<p>Понятие медиаэкологии, специфика этого направления. Медиаэкология – область изучения влияния символических систем и технологий на социальную организацию, познавательные процессы, политические и философские идеи человеческого общества. Социологический дискурс медиаэкологии: анализ информационной среды с точки зрения различных социальных групп и слоев общества.</p> <p>Информация, распространяемая СМИ как общественный ресурс. Определение новой среды как «инфосферы» (Д. Рашкофф), «медиакультуры» (Н. Кириллова), «символической инфооосферы» (Е. Цуканов). Доверие в цифровой среде. Социология доверия (П.Штомпка)</p> <p>Периодизации трансформации общества и культуры в связи с технологическими изменениями (С. Лем, В. Беньямин, Ж. Элльоль, Л. Мамфорд, М. Маклюэн, Н. Постман и др.). История медиа с перспективы медиаэкологии. История Интернета и мобильных технологий. Паттерны медиа и механизмы их поддержания. Проблема информационной перегрузки в медиасреде, ее последствия и способы борьбы с ней. Проблема экспертного знания в медиасреде, трансформация публичного дискурса. Проблема медиавирусом и медиавойн в медиасреде.</p>
3	Культурсоциология и медиа социология	<p>Культура как важнейший фактор формирования социальной жизни. Культура в социологии М.Вебера. Культура в социологии Э.Дюргейма. Социология культуры. СМИ и культура.</p> <p>Культурсоциология как «сильная программа» (strong program) Дж. Александера. Культура как совокупность элементов внутренней среды человеческого действия – смыслов социальной жизни. Культура как независимая переменная общественных преобразований. Культура вводится как совокупность смысловых структур, порядок которых задается символами, имеющими особую эмоциональную притягательность – сакральными символами. СМИ как инструмент формирования сакральных символов. Конструкция и деконструкция символических смыслов сакрального и профанного. Культурная расшифровка техники.</p>
4	Социология социальных медиа	<p>Концепция модернизационного развития Георга Зиммеля. Сетевое общество – это общество, в котором главные изменения вызваны распространением сетевых, цифровых информационно-коммуникационных технологий. Ян ван Дейк о массовом и сетевом обществе. Б. Веллмен, С.Хилл и М.Турофф о различных подходах к сетевому обществу. Концепция сетевого общества Мануэля Кастельса.</p> <p>Акторно-сетевая теория (Бруно Латур). Цифровое неравенство и цифровой разрыв. Концепция «новых медиа». Особенности новых медиа: телекоммуникационные технологии, интерактивность и цифровой код. Виртуализация человеческой деятельности как результат развития сетевого общества. Сетевой подход как методология концептуализации медиатизированной социальной реальности.</p> <p>Социальные сети как комплекс относительно стабильных и долговременных взаимодействий неформального характера, не имеющих выраженной организационной структуры и выполняющих по отношению к их участникам функцию увеличения объема личного и социального капитала. СМИ в социальных сетях. Социальные медиа.</p>
5	Гендерная социология СМИ	<p>Макросоциологические теории гендера. Микросоциологические теории гендера. Клод Леви-Стросс о гендере как основе построения социальной структуры общества. Разновидности современной теории феминизма: гендерное различие, гендерное неравенство, гендерное угнетение, структурное угнетение. Феминистская социологическая теория. Женщина и общественная элита. Гомосексуальный социум.</p> <p>Женщины как целевая аудитория СМИ. Гендерный порядок и гендерные стереотипы в медиа. Мужской и женский образ в рекламе. Гендерные заблуждения в СМИ. СМИ и проблемы гомосексуализма.</p>
6	Социология медиамобильности	<p>Основные положения социологии мобильности Д.Урри. Опора в рассмотрении социальной жизни на метафоры: «сеть», «поток», «путешественник», «кочевник», «бродяга», «турист» и их версии. Использование метафоры «кочевник» для характеристики критически настроенного сознания, сопротивляющегося господствующим культурным кодам. Скейпы и потоки.</p> <p>Телевидение и радио как воображаемая мобильность. Производство «глобальной деревни» телевидением, размывание границы между приватным и публичным.</p> <p>Воображаемое путешествие. Компьютер как средство виртуального путешествия. Компьютеры и дематериализация средств сообщения и коммуникации. Мобильность как «характер мгновности». Исключительные возможности встреч людей и их интеракций в мультимедийной среде, прежде всего в киберпространстве.</p> <p>Медиамобильность как возможность актора (с помощью технических средств) перемещаться в смысловом пространстве и времени.</p>
7	Макдональдизация СМИ	<p>Макдональдизация - образ организации современной социальной жизни, базовых принципов, способствующих ее дальнейшей рационализации. Теория рациональности М.Вебера. Основные элементы формальной рациональности, лежащие в основе процесса макдональдизации: эффективность (каждый аспект организации ориентирован на минимизацию времени); предсказуемость (знать, что ждет людей в любом месте и в любое время); упор на количественные показатели (больше, значит лучше); контроль (замена связанных с человеком технологий унифицированными технологиями, не требующими участия людей).</p> <p>Индустриализация СМИ как процесс макдональдизации. Эффективность, предсказуемость, контроль через количественные параметры в СМИ. Телевидение: эстетика на втором месте. Мир мак-кино. Макдональдизация межличностной и массовой коммуникации. Рациональное и иррациональное в СМИ.</p>
8	Визуализация СМИ	<p>Визуальная социология (П.Штомпка) - изучение социальных и культурных явлений сквозь призму визуальных образов и репрезентаций (фотографий, фильмов, рекламы и пр.). «Визуальная» тематика в рамках таких направлений, как (пост)структурализм и семиотика: в работах Р. Барта и М. Фуко, Т. Ван-Дейка, П. Бурдьё и пр. Исследования феномена визуальной культуры в трудах Ж. Деррида, Ж.Лакана, М.Шапино, К. Силвермана, Ж. Бодрийера и других ведущих современных теоретиков. Визуальные данные социологии. Расширения визуального в общественной жизни. Визуализация мира и визуализация воображения. Визуальные представления. Визуальные проявления. Визуальное воображение.</p> <p>Визуальные образы в СМИ как предмет интерпретации. Герменевтический анализ. Семиотическая интерпретация. Структурная интерпретация. Дискурсивная интерпретация. Интерпретация визуального</p>

		воображения.
9	Антропологическая теория СМИ	<p>Теоретические истоки антропологического подхода в социологии. Антропологический кризис в современной техногенной цивилизации. Антропология и социология о конструировании социальных связей, которые объединяют людей в общность или общество; об использовании средств ориентации в обществе и мире в целом; о культурных формах и социальных практиках в различных обществах; о том, как отдельный человек воспроизводит и производит определенный тип социальности.</p> <p>Антропологический подход в социологии как методологическая основа исследований массовой коммуникации и ее средств. СМИ как антропологическое явление. Системные основания существования СМИ с точки зрения антропологии. Исследование антропологических типов авторов, аудиторий и героев произведений СМИ. Аудитория как личность. Этнографические исследования аудитории.</p>

5. Рекомендуемые образовательные технологии.

Способы представления материала дисциплины следующие: лекции, консультации, семинары. В рамках лекций важное место занимает визуальная демонстрация преподавателем актуального теоретического и фактического материала (таблиц, рисунков, схем, графиков, диаграмм и пр.).

6. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы аспирантов. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины.

Самостоятельная работа аспирантов связана с чтением текстов рассматриваемых исследователей; осмыслением методологических и теоретических положений социологов с целью применения их концептуальных построений в самостоятельной научно-исследовательской работе.

Предусмотрена подготовка самостоятельных работ, рефератов. Основным оценочным средством текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации являются активная работа на семинарских занятиях, выступления с докладами, научными сообщениями, контрольные работы.

Темы для рефератов:

1. Формирование информационного общества, общества знания и кризис классических социологических теорий.
2. Возникновение постмодернистских представлений об обществе.
3. Социозкология – социологическая парадигма.
4. Информация, распространяемая медиа как общественный ресурс.
5. Медиаэкология – область изучения влияния символических систем и технологий на человеческое общество.
6. Культура как сильная программа Дж. Александера.
7. Медиа как инструмент формирования сакральных символов.
8. Концепция модернизационного развития Георга Зиммеля.
9. Ян ван Дейк о массовом и сетевом обществе.
10. Сетевой подход как методология концептуализации медиатизированной социальной реальности.
11. Феминистская социологическая теория.
12. Гендерные стереотипы в медиа.
13. Медиа и проблемы гомосексуализма.
14. Основные положения социологии мобильности Д. Урри.
15. Телевидение и радио как воображаемая мобильность.
16. Компьютер как средство виртуального путешествия.
17. Теория рациональности М. Вебера.
18. Макдональдизация - образ организации современной социальной жизни.
20. Индустриализация медиа как процесс макдональдизации.
21. Макдональдизация межличностной и массовой коммуникации.
22. Визуальная социология П. Штомпки
23. Исследования феномена визуальной культуры в трудах ведущих современных теоретиков.
24. Визуальные образы в медиа как предмет интерпретации.
25. Теоретические истоки антропологического подхода в социологии.
26. Антропологический подход в социологии как методологическая основа исследований массовой коммуникации и ее средств.

27. Медиа как антропологическое явление.

7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

а) тексты первоисточников:

Александр Дж. Смыслы социальной жизни: культурсоциология. – М., 2013.

Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура / пер. с англ. под науч. ред. О. И. Шкаратана. – М.: ГУ ВШЭ, 2000.

Кастельс М. Власть коммуникации. М., 2016.

Латур Б. Пересборка социального: введение в акторно-сетевую теорию. – М., 2014

Ритцер Дж. Макдональдизация общества 5. – М., 2011.

Урри Д. Мобильности. – М.: Праксис, 2012.

Урри Д. Социология за пределами обществ. Виды мобильности для XXI столетия. – М.: Высшая школа экономики, 2012.

Штомпка П. Визуальная социология. Фотография как метод исследования. – М., 2007.

Штомпка П. Доверие – основа общества. М., 2014.

б) основная литература:

Болдуин Ричард Великая конвергенция: информационные технологии и новая глобализация. М., 2018.

Григорьев С. И., Субетто А. И. Основы неклассической социологии: новые тенденции развития культуры социологического мышления на рубеже XX-XXI веков. – М., 2000.

Гринфилд А. Радикальные технологии: устройство повседневной жизни. М., 2018.

Здравомыслова Е.А., Темкина А.А. 12 лекций по гендерной социологии: учебное пособие. СПб., 2015.

Коломиец В.П. Медиа социология. М., 2014.

Коломиец В.П. Социология массовой коммуникации в обществе коммуникационного изобилия. // Социс., 2017, №6. С.3-14.

Кравченко С. А. Социологический постмодернизм: теоретические источники, концепции, словарь терминов. – М., 2010.

Кравченко С. А. Динамика социологического воображения: всемирная культура инновационного мышления. – М., 2010.

Монсон П. Современная западная социология: теории, традиции, перспективы. – СПб., 1992.

Ритцер Дж. Современные социологические теории. – М., СПб., 2002.

Соколов А. В. Информационное общество в виртуальной и социальной реальности. – СПб., 2012.

в) дополнительная литература:

Бехмани Г. Современное общество: общество риска, информационное общество, общество знаний. – М., 2012.

Грифин Эм. Коммуникация: теория и практика. Пер. с англ. – Харьков, 2015.

Дунас Д.В. К вопросу о классификации теорий СМИ//Вестник Московского Университета. Сер. 10. Журналистика. 2011, № 4. С.27-41.

Сонтаг С. О фотографии. Ад Маргинем Пресс, 2013. - 268 с.

Кирия И.В., Новикова А.А. История и теория медиа: учебник для вузов. М., 2017.

Медиа: между магией и технологией / под ред. *Н. Сосна, К.Федоровой.* – М., 2014.

Мэйнуоринг С. Время действовать. Как сделать мир лучше, используя силу социальных медиа. – М. 2012.

Савчук В. Философия фотографии. – СПб., 2015.

Связанные одной сетью. Как на нас влияют люди, которых мы никогда не видели / *Н. Кристакис, Д. Фаулер.* – М. 2011.

Славин Б. Б. Эпоха коллективного разума: О роли информации в обществе и о коммуникационной природе человека. – М., 2013.

Социальные сети и виртуальные сетевые сообщества / Л. Н. Верченков, Д. В. Ефременко, В. И. Тищенко. – М. 2013.

Степанов, В. А. Введение в дисциплину «Проблемное поле медиаэкологии» [Электронный ресурс]. URL: http://media-ecology.blogspot.ru/2011/02/blog-post_24.html

Степанов, В. А. Медиаэкология: опыт демаркации научного направления [Электронный ресурс]. URL: http://media-ecology.blogspot.ru/2011/05/blog-post_3319.html#more

Чен Б. Всегда на связи. Как iPhone навсегда изменил нашу жизнь. – М., 2011.

Цукерман Э. Цифровые космополиты в коммуникативную эпоху. М., 2015

Штомпка П. Формирование социологического воображения. Значение теории // Социологические исследования. – 2005. – № 10. – С. 64-72.

Штомпка П. Теоретическая социология и социологическое воображение // Социологический журнал. – 2001. – № 1.

Штомпка П. Культурная травма в посткоммунистическом обществе // Социологические исследования. – 2001. – № 2.

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)

Поточная аудитория, оснащенная звуковым (микрофон, динамики) и проекционным (проектор, экран) оборудованием, имеющая возможность выхода в Интернет с персонального компьютера лектора, возможность видеотрансляции и видеоконференций, камера, оснащенность программами Windows 10, MS Office, Internet Explorer, Skype.

Разработчик

Факультет журналистики
МГУ

профессор

В. П. Коломиец

Эксперты (представители работодателей):

(место работы)

(занимаемая должность)

(инициалы, фамилия)

(место работы)

(занимаемая должность)

(инициалы, фамилия)

Программа одобрена на заседании _____

(Наименование уполномоченного органа вуза (УМК, НМС, Ученый совет))