

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова

Факультет журналистики

УТВЕРЖДАЮ

Декан факультета журналистики,
профессор Варганова Е.Л.



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕОРИИ СМИ

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

АСПИРАНТУРА

Направленность/профиль «Журналистика»

42.06.01

Квалификация выпускника

Исследователь. Преподаватель-исследователь

Москва - 2019

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕОРИИ СМИ

Авторы:

профессор Вартанова Е.Л., декан факультета журналистики МГУ, заведующая кафедрой теории и экономики СМИ, член-корреспондент РАО

профессор Пую А.С., директор Института «Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций» СПбГУ, заведующий кафедрой международной журналистики

Аннотация

Дисциплина «Современные теории СМИ» направлена на формирование у аспирантов системы знаний об актуальных теориях и концепциях, используемых в исследованиях массовой коммуникации, СМИ и журналистики. Цель дисциплины дать системное и комплексное теоретическое представление о функционировании журналистики, СМИ и массовых коммуникаций, сформировать научный и методологический инструментарий для теоретического осмысления и анализа как важнейших, базовых, так и новейших процессов и явлений в данных сферах.

1. Цели освоения дисциплины

Целью освоения дисциплины «Современные теории СМИ» являются формирование у аспирантов профессиональных теоретических знаний о важнейших процессах и явлениях в сфере массовой коммуникации, СМИ и журналистики, а также понимание возможности применения теоретических знаний в научно-исследовательской работе и в профессиональной деятельности исследователя СМИ.

Основные задачи: формирование у обучающихся комплексного представления о парадигмах, теориях и концепциях функционирования массовых коммуникаций, СМИ, журналистики; овладение необходимой системой знаний об актуальных процессах и явлениях в сфере журналистики, СМИ и массовой коммуникации, требующих теоретического осмысления; подготовка аспирантов к применению данных знаний в самостоятельной научно-исследовательской и практической профессиональной деятельности.

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Современные теории СМИ» входит в перечень дисциплин вариативной части Образовательной программы подготовки в аспирантуре по данному направлению.

Дисциплина базируется на знаниях, полученных в ходе освоения ООП бакалавриата, специалитета и магистратуры по направлению «Журналистика». Эффективное освоение дисциплины невозможно без понимания механизмов и закономерностей функционирования в обществе массовой коммуникации и СМИ как ее части, методов их изучения. Курс развивает и дополняет знания, умения и навыки, полученные в ходе освоения таких дисциплин, как «Социология» и «Социология СМИ» (бакалавриат), «Теория массовых коммуникаций», «Теория и практика медиаисследований» (магистратура).

Изучение данной дисциплины необходимо для эффективной научно-исследовательской работы аспиранта и подготовки им выпускной квалификационной работы (ВКР) научно-исследовательского характера.

3. Требования к результатам освоения дисциплины

Процесс освоения дисциплины направлен на формирование следующих *универсальных* и *общепрофессиональных* компетенций, предусмотренных Образовательным стандартом аспирантуры МГУ:

- способность к критическому анализу и оценке современных научных достижений, методологии исследований СМИ (УК-1);
- готовность участвовать в работе российских и международных исследовательских коллективов по решению научных и научно-образовательных задач (УК-3);
- 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).

В результате освоения дисциплины аспирант должен обладать следующими *профессиональными* компетенциями:

Знать: теоретико-методологические основы исследований журналистики, СМИ, массовой коммуникации, исторические этапы становления исследований СМИ, парадигмы, теории, концепции, подходы, традиции анализа, терминологический аппарат, классификации исследований СМИ, актуальные процессы развития и вызовы исследованиям СМИ; теории и концепции процессов функционирования СМИ и массовых коммуникаций; научный инструментарий для теоретического обоснования и анализа как важнейших, базовых, так и новейших процессов и явлений массовой коммуникации.

Уметь: формулировать цели и задачи теоретических исследований СМИ; анализировать и интерпретировать современные исследования СМИ; формулировать выводы и представлять результаты собственных теоретических исследований журналистики, СМИ и массовой коммуникации; осуществлять научно-исследовательскую деятельность в рамках ВУЗов, НИИ и других организаций данного профиля; аналитическую работу в рамках специализированных организаций и подразделений предприятий индустрии СМИ; журналистскую работу (медиааналитика, медиакритика); учебно-педагогическую работу, связанную с преподаванием данной дисциплины в рамках вуза.

Владеть: навыками использования терминологического аппарата и теоретических знаний при исследовании и анализе продуктов и результатов деятельности журналистики, СМИ и массовой коммуникации; навыками для выявления и объяснения специфики медиатекстов, особенностей аудитории, навыками прогнозирования и аналитической деятельности в области функционирования СМИ.

4. Структура и содержание дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 з.е. (108 часов).

4.1. Структура дисциплины

№ п/п	Раздел дисциплины	Формы текущего контроля
1	Медиаисследования как область гуманитарной науки. Этапы развития	Письменное задание
2	Эмпирико-функционализм как доминирующая парадигма	
3	СМИ в контексте политики и общественной сферы	
4	Политэкономия медиа и медиаэкономика	
5	Эффекты СМИ и медиатизация	
6	Концепции современной массовой культуры и СМИ	
7	Культурологическая парадигма медиаисследований	
8	Теоретические подходы к осмыслению цифровых медиа	
9	Теория журналистики	
10	Современные концепции аудитории медиа	
		Письменный зачет

4.2. Содержание разделов дисциплины

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела
1.	Медиаисследования как область гуманитарной науки. Этапы развития	Терминологический аппарат исследований СМИ. Основные термины. Основные теории и концепции, посвященные устному и письменному слову до институционализации исследований СМИ. Факторы институционализации исследований СМИ. Путь к институционализации

		исследований СМИ в образовательных учреждениях. Понятие «парадигма» применительно к исследованиям СМИ. Парадигматические признаки. Дискуссии о научном статусе исследований СМИ. Классификация исследований СМИ. Словари и справочные издания о теориях СМИ. Исследования СМИП в советские годы. Массовая информация в годы СССР. Медиаисследования после 1991 года. Метаисследования. От теории журналистики к теории медиа: динамика медиаисследований.
2.	Эмпирико-функционализм как доминирующая парадигма	Чикагская школа. СМИ как социальный институт. СМИ и социальная организация. Математическая теория коммуникации (трансмиссионная модель). Типология и изучение моделей медиасистем в глобальном и национальном аспекте. Концепция общественного вещания. Школа Глазго. Типология новостей. Метод контент-анализа. Социодинамическая теория. СМИ и развитие.
3.	СМИ в контексте политики и общественной сферы	Публичная сфера. Общественное мнение. СМИ в условиях демократии. Медиатизация политики. Место СМИ в политическом пространстве. Пропаганда и СМИ. Взаимоотношения власти и прессы. Политические игроки в медиабизнесе. СМИ и общественное мнение. Понятие политического дискурса. «Общество спектакля» в политическом дискурсе. Политическая сфера в развитой демократии. Новые медиа и политический активизм. Старые и новые медиа в политических кампаниях. Регулирование, саморегулирование СМИ, медиapolитика: нормативные подходы и драйверы. Медиакратия.
4.	Политэкономия медиа и медиаэкономика	Франкфуртская школа. Концепция идеологии. Концепция гегемонии. Общество спектакля. Исследования рекламы. Общество потребления. Идеология в экономических новостях. Идеология в продукции Голливуда. СМИ и культурный империализм. Концепция нового мирового информационного порядка. СМИ как сдвоенный рынок товаров и услуг. Б. Багдикян о монополии СМИ. Э. Герман и Н. Чомски о политэкономии СМИ. Реклама и СО.
5.	Эффекты СМИ и медиатизация	Теория магической пули (теория инъекций/ теория приводного ремня). Концепция «лидеров мнений». Концепция персонального влияния. Модель многоступенчатого потока информации. Концепция когнитивного диссонанса и селективных процессов. Теория социального научения. Теория обретения пользы и удовлетворения. Теория игры. Типология эффектов СМИ. Теория «спирали молчания». Теория информационного дефицита. Медиатизация как метапроцесс. Глубокая медиатизация. Волны медиатизации.
6	Концепции современной массовой культуры и СМИ	СМИ и глобализация. Глобализация и глокализация. Современная популярная культура во взаимодействии с массмедиа. Формы, содержание, функционирование и восприятие популярной культуры. История и современное понимание массовой культуры в рамках научных платформ XX-XXI вв. Парадигмы популярной культуры (высокое и низкое, глобальное и локальное, коллективное и индивидуальное, «мы» и «они» и др.). Теории культурных и креативных индустрий. Массмедиа как носитель, продукт, производитель и потребитель популярной культуры.
7	Культурологическая парадигма медиаисследований	Бирмингемская школа. Анненбергская школа. Теория практик. Интерпретация культур. Теория структуризации. Концепция габитуса. Концепция стратегий и тактик. Новые исследования аудитории. Тексты СМИ как дискурс. Концепция мифа.

		Фреймы. Нарратив. Концепция стереотипов. Теория гегемонии мужчин. Гендерные исследования СМИ. Симулякры.
8	Теоретические подходы к осмыслению цифровых медиа	Торонтская школа (школа технократического детерминизма). Теории информационного общества. Сетевое общество. Конвергенция СМИ. Новая экономика (экономика знаков и пространства, третичный сектор). Проблема свободы в Интернете. Регулирование и саморегулирование СМИ. Теория диффузии инноваций. Цифровое неравенство. Глобальная и национальная политика по развитию информационного общества. Новая общественная сфера. Новые СМИ: определения, особенности. Человек медийный. Виртуальная реальность.
9	Теория журналистики	Концепция привратника. Анализ новостей как дискурса. Концепция установления пунктов «повестки дня». Журналистика как четвертая власть. Журналистика и медиатехнологии. Теория журналистики в зарубежных исследованиях СМИ. Теория журналистики в СССР. Функции журналистики в современном обществе. Журналистика и нормативизм. Концепции производства новостей. Роли журналиста. Журналист и общественная миссия.
10	Современные концепции аудитории медиа	Массовая аудитория. Фрагментированная аудитория. Сопrotивляющаяся аудитория. Активная аудитория. Исследования аудитории. Молодежь как аудитория медиа. Теория поколений.

5. Рекомендуемые образовательные технологии

Основные форматы освоения материала дисциплины – лекции, семинары и дискуссии. В рамках лекций важное место занимает визуальная демонстрация преподавателем излагаемого теоретического материала. В рамках семинаров интерактивное взаимодействие с аспирантами реализуется в форме тематических дискуссий, на которых преподаватель или приглашенный эксперт выступает модератором.

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

Основным средством текущего контроля успеваемости и аттестации является оценка письменных работ. Предусмотрен итоговый зачет в письменной форме.

Вопрос письменного задания:

1. Составьте индивидуализированный теоретический словарь понятий по теме вашей диссертации.

Вопросы к зачету:

1. Эмпирико-функционализм как доминирующая парадигма в исследованиях СМИ
2. Человек и средства коммуникации
3. СМИ как инструмент формирования общественного мнения

4. Социологические и философские подходы к пониманию функционирования и воздействия медиа
5. Концепция формирования повестки дня
6. Критическая традиция и политэкономия медиа
7. Концепция культурных индикаторов
8. Публичная сфера и теория коммуникативного действия Ю. Хабермаса
9. Постмодернизм и критический взгляд на медиа
10. Развитие общества под воздействием производственных сил и технологий: движение к информационному обществу
11. Язык СМИ как объект теоретического анализа
12. Интегрированные подходы к массовой коммуникации
13. Структурализм и постструктурализм в изучении культуры
14. Концептуализация медийных процессов и теория медиатизации в современных медиаисследованиях

7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

а) Обязательная литература:

- Бакулев Г.П. Массовая коммуникация: Западные теории и концепции. М., 2005.*
- Барт Р. Избранные работы: Семиотика. Поэтика. М., 1984.*
- Беглов С.И. Четвертая власть: британская модель. М., 2002.*
- Белл Д. Грядущее постиндустриальное общество. М., 1999.*
- Беньямин В. Избранные эссе. М., 1996. Бодрийяр Ж. К критике политической экономики знака. М., 2004.*
- Бурдьё П. О телевидении и журналистике. М., 2002.*
- Ван Дейк Т. Язык. Познание. Коммуникация. М., 1989.*
- Вартанова Е. Л. (ред.) От теории журналистики к теории медиа. Динамика медиаисследований в современной России. М.: Изд-во МГУ, 2019.*
- Вартанова Е. Л. Современные российские исследования СМИ: обновление теоретических подходов // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10. Журналистика. 2015. № 6. С. 5-26.*
- Вартанова Е.Л. Антропология медиа: индустриальный и философский поворот к человеку. Интерес к человеку как тенденция развития науки // Антропология медиа: теория и практика. М., 2016.*
- Вартанова Е.Л. Медиаэкономика зарубежных стран. М., 2003.*
- Вартанова Е.Л. Постсоветские трансформации российских СМИ и журналистики // Серия: Академические монографии. М., 2013.*
- Вартанова Е. Л. Социальная репрезентация и новые медиа: к вопросу о переосмыслении теории повестки дня // Средства массовой информации в современном мире. 52 Петербургские чтения. Тезисы выступлений. 2013 год. СПб: Изд-во С.-Петерб. ун-та, 2013.*
- Вартанова Е. Современные теории СМИ. Учебные материалы по курсу. М.: Ф-т журн. МГУ, 2015.*
- Гоффман И. Анализ фреймов. Эссе об организации повседневного опыта. М., 2004.*
- Грушин Б. А. Массовое сознание. М., 1987.*

- Дебор Г.* Общество спектакля. М., 2000.
- Дридзе Т. М.* Текстовая деятельность в структуре социальной коммуникации. М., 1984.
- Дунас Д. В.* К вопросу о классификации теорий СМИ // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. 2011. № 4. С. 27-41.
- Землянова Л.М.* Журналистика и коммуникативистика. М.: МедиаМир, 2012.
- Интернет-СМИ: Теория и практика. Учебное пособие для студентов вузов / под ред. *М.М. Лукиной.* М., 2010.
- Кастельс М.* Информационная эпоха: экономика, общество и культура. М., 2000.
- Кирия И.В., Новикова А.А.* История и теория медиа. М., 2017.
- Коломиец В.П.* Медиа социология: теория и практика. М., 2014.
- Липпман У.* Общественное мнение. М., 2004.
- Луман Н.* Реальность массмедиа. М., 2005.
- МакКуэйл Д.* Журналистика и общество / пер. с англ. М., 2013.
- Маклюэн Г. М.* Понимание Медиа: Внешние расширения человека. М.; Жуковский, 2003.
- Маркузе Г.* Одномерный человек. Исследование идеологии развитого индустриального общества. М., 1994.
- Массовая информация в советском промышленном городе. Опыт комплексного социологического исследования / под общ. ред. *Б. А. Грушина, Л. А. О니кова.* М., 1980.
- Моль А.* Социодинамика культуры. М., 2007.
- Назаров М.М.* Массовая коммуникация в современном мире: методология анализа и практика исследований. М., 2003.
- Ноэль-Нойман Э.* Общественное мнение. Открытие спирали молчания. М., 1996.
- Прайс М.* Телевидение, телекоммуникации и переходный период: право, общество и национальная идентичность. М., 2000.
- Пропп В.* Морфология волшебной сказки. М., 2001.
- Прохоров Е.П.* Введение в теорию журналистики. М., 2011.
- Пую А.С., Бодрунова С.С.* Медиакратия: современные теории и практики. СПб., 2013.
- Свитич Л.Г.* Феномен журнализма. М., 2000.
- СМИ и политика / под ред. *Л.Л. Реснянской.* М., 2007.
- Соссюр Ф. де.* Труды по языкознанию. М., 1977.
- Уразова С.Л.* От «зеркала Нарцисса» к экранной реальности. ТВ в контексте трансформаций цифрового времени. Монография / Литература по культуре и искусству. М., 2013.
- Хабермас Ю.* Демократия. Разум. Нравственность. М., 1992.
- Хабермас Ю.* Моральное сознание и коммуникативное действие. М., 2006.
- Хезмондалиш Д.* Культурные индустрии. М., 2014.
- Хоркхаймер М., Адорно Т.* Диалектика просвещения. Философские фрагменты. М., 1997.
- Черных А.* Мир современных медиа. М., 2007.
- Шиллер Г.* Манипуляторы сознанием. М., 1980.
- Щепилова Г.Г.* Реклама в СМИ: история, технологии, классификация. М., 2010.

- Bandura A., Ross D. Ross S. A.* (1961) Transmission of aggression through imitation of aggressive models // *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 63, 575-582
- Doyle G.* Understanding Media Economics. Glasgow: University of Glasgow, 2012.
- Garnham N.* Contribution to a Political Economy of Mass Communication // *Media, Culture and Society*. 1979. No. 1(2).
- Gerbner, G., Gross, L., Morgan, M. & Signorielli, N.* The «mainstreaming» of America: violence profile no. 11 // *Journal of Communication*. 1980. № 30.
- Gitlin, T.* Media sociology: the dominant paradigm // *Theory and Society*. 1978. № 6. P. 205-253.
- Golding, P. & Murdock, G.* Theories of communication and theories of society // *Communication Research*. 1978. № 5 (3).
- Hall S.* Encoding / Decoding // *Hall S., Hobson D., Lowe A., Willis P. (eds). Culture, Media, Language: Working Papers in Cultural Studies, 1972-1979.* – London: Hutchinson, 1980.
- Hallin D.C., Mancini P.* Comparing Media Systems: Three Models of Media and Politics (Communication, Society and Politics). Cambridge University Press, 2004.
- Herman E., Chomsky N.* Manufacturing Consent. The Political Economy of Mass Media. Any edition.
- McCombs, M. & Shaw, D.* The agenda-setting function of mass media // *Public Opinion Quarterly*. 1972. № 36 (2).
- McQuail D.* *McQuail's Mass Communication Theory.* London. Любое издание.
- Morley, D.* (1999) Decoding television: Theorizing determinations, in *Morley, D. & Brunson, C.* The Nationwide television studies. London and New York: Routledge
- Mosco V.* The Political Economy of Communication. 2d edition. Sage, 2009.
- Shoemaker P., Vos T.* Gatekeeping theory. NY, London: Routledge, 2009.
- Smythe D. W.* Communications: Blindspot of Western Marxism // *Canadian Journal of Political and Social Theory*. 1977. No. 1.
- Spitulnik, D.* (1993) Anthropology and mass media // *Annual Review of Anthropology*: 22: 293-315

б) Дополнительная литература:

- Анненкова И.В.* Медиадискурс XXI века. Лингвофилософский аспект языка СМИ. М., 2011.
- Вороненкова Г. Ф.* Путь длиною в пять столетий: от рукописного листка до информационного общества. Национальное своеобразие средств массовой информации Германии (исторические предпосылки, особенности становления и эволюция, типологические характеристики, структура, состояние на рубеже тысячелетий). М., 2011.
- Вульф К.* Антропология. История, культура, философия. М., 2008.
- Гринберг Т.Э.* Коммуникационная концепция связей общественностью: модели технологии, синергетический эффект. М., 2012.
- Дзялошинский И.М.* Медиапространство России: пробуждение Соляриса. М., 2012.
- Добросклонская Т.Г.* Вопросы изучения медиатекстов. М., 2005.
- Киттлер Ф.* Оптические медиа. М., 2009.
- Лазутина Г.В.* Основы творческой деятельности журналиста. М., 2006.

Маттелар Т. Теории интернационализации аудиовизуальных СМИ // Меди@льманах. 2004. № 2.

Орлова Э. А. История антропологических учений. М., 2010.

Основы медиабизнеса / под ред. *Е.Л. Вартановой*. М., 2009.

Полуэхтова И.А. Телевидение и общество: введение в социологию телевидения. М., 2007.

Теории журналистики в России: зарождение и развитие / под ред. *СГ. Корконосенко*. СПб, 2016.

Ткачева Н.В. Индия: медиасистема в условиях либерализации экономики / под ред. *Е.Л. Вартановой*. М., 2009.

Урина Н.В. Журналистика и политика: итальянский опыт взаимодействия. М., 2010.

Ученова В.В., Старых Н.В. История рекламы. СПб., 2002.

Хоркхаймер М., Адорно Т. Диалектика просвещения. Философские фрагменты. СПб., 1997.

Шарончикова Л. В. «Монд» в меняющемся мире. М., 2014.

Энциклопедия паблик рилейшнз / под ред. *Т.Ю. Лебедевой*. Париж; М., 2009.

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины

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 7, MS Office, Internet Explorer, «Интегрум», Skype.
