



**ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО ПО ОБРАЗОВАНИЮ**  
Государственное образовательное учреждение высшего профессионального образования  
**ТОМСКИЙ ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ**

УТВЕРЖДАЮ:  
Декан ГФ Рубанов В.Г.

\_\_\_\_\_  
(подпись)

«\_\_\_\_\_» \_\_\_\_\_ 2004 г.

**СОЦИОЛОГИЯ МАССОВОЙ КОММУНИКАЦИИ**

Рабочая программа

(специальность 350400 «Связи с общественностью»)

Факультет гуманитарный (ГФ)

Обеспечивающая кафедра Культурологии и социальной коммуникации (КиСК)

Курс 4

Семестр 7

Учебный план набора 2004 года

Распределение учебного времени:

Всего 112 часов

Лекции 24 часа

Практические занятия 24 часа

Самостоятельная работа 48 часов

Зачет в 7 семестре

Томск 2004

Документ: Рабочая программа

Дата разработки: 04.10.2004

Разработчик: профессор кафедры КиСК Н. А. Колодий



## 1. Предисловие

Рабочая программа составлена на основе Государственного образовательного стандарта высшего профессионального образования по специальности 350400 «Связи с общественностью»

РАССМОТРЕНА и ОДОБРЕНА на заседании кафедры К и СК

«08» октября 2004 г., протокол № 8.

Разработчик: профессор кафедры КиСК \_\_\_\_\_ Н.А. Колодий

Зав. кафедрой К и СК \_\_\_\_\_ А.П.Моисеева

Рабочая программа СОГЛАСОВАНА с факультетом, выпускающими кафедрами специальности; СООТВЕТСТВУЕТ действующему плану.



## 2. Аннотация

Данная рабочая программа разработана для курса «Социология массовой коммуникации», который входит в состав профессиональной подготовки специалистов в области публик рилэйшенз. В рабочей программе приведены цели и задачи изучения дисциплины; содержание теоретического раздела дисциплины; содержание практического раздела дисциплины; вопросы и задания для текущего и итогового контроля, основной список литературы.

## 3. Цели и задачи учебной дисциплины

**Целью** преподавания дисциплины является подготовка специалистов, владеющих знаниями в области социологии массовой коммуникации и умеющих их использовать в практической деятельности.

Теоретическое освоение курса предполагает изучение специфики и актуальных проблем массовых коммуникаций, а также её структуры, видов и функций, эффектов на личностном уровне и уровне общества

Практическое освоение курса предполагает приобретение навыков разработки программы эмпирического социологического исследования и его проведения, анализа результатов.

**Задачи** изучения дисциплины:

- понимание специфики массовых коммуникаций;
- усвоение базисных знаний о сущности, структуре и видах коммуникаций;
- формирование представлений о функциях и эффектах массовой коммуникации на микроуровне и макроуровне;

Документ: Рабочая программа

Дата разработки:

Разработчик: профессор кафедры КиСК Н. А. Колодий



- знакомство с особенностями исследования коммуникатора, аудитории, содержания массовой коммуникации и т.д. в социологии;
- развитие навыков, необходимых для разработки программы эмпирического социологического исследования;
- углубление представлений о современных методах исследования массовой коммуникации;
- формирование целостного представления о возможностях и ресурсах социологии массовой коммуникации.

#### **4. Содержание теоретического раздела дисциплины**

##### **Тема 1. Введение в социологию массовой коммуникации**

Роль и значение массовой коммуникации в современном мире. Актуальность изучения массовой коммуникации. Массовая коммуникация: определение. Структурные составляющие коммуникационных процессов. Особенности информационных процессов в обществах традиционного и современного типа. Типологии современных средств массовой коммуникации. Массовая коммуникация как предмет научного анализа. Социология массовой коммуникации как мультипарадигмальная дисциплина.

##### **Тема 2. Структурно-функциональная традиция анализа массовой коммуникации**

Структурный функционализм как парадигма социальных наук. Массовая коммуникация как социальная система. Функции массовой коммуникации:



уровень общества. Функции массовой коммуникации: индивидуальный уровень. Структурно-функциональные модели современных систем массовой коммуникации. Преимущества и недостатки структурно-функционального подхода применительно к изучению массовой коммуникации.

### **Тема 3. Концепция идеологии и методология анализа массовой коммуникации**

Идеология, как проблема реализации власти посредством трансляции ценностей, норм, убеждений. Концепция идеологии в работах основоположников марксизма. Структуралистская интерпретация идеологии. Массовая коммуникация и концепция гегемонии.

### **Тема 4. Семиологические подходы в исследовании массовой коммуникации**

Семиотика как наука. Ф. Соссюр и Ч.С. Пирс как основатели семиологии. Проблема значения и знака. Типы и организация знаков. Денотат и коннотат. Структура мифа в семиологии. К вопросу о семиологии телевидения. Приложения семиотики в практике изучения рекламы.

### **Тема 5. Критическая традиция анализа массовой коммуникации**

Средства массовой коммуникации как предмет исследования теоретиков Франкфуртской школы. Средства массовой коммуникации и концепции 'массового общества'. Критика тенденций современного телевидения и других СМИ.



## **Тема 6. Средства массовой коммуникации в постмодернистской перспективе**

Социально-экономические тенденции современности. Концепция 'глобальной деревни'. Постмодернизм как образ мыслей и культурная форма. Массовая коммуникация и гиперреальность. Симулякр и проблема симуляции. Виртуализация реальности.

## **Тема 7. СМК и гражданское общество: концептуальный аспект**

Принцип свободы печати: прошлое и настоящее. СМК и публичная сфера общества. Нормативные теории: типология взаимоотношений средств массовой коммуникации и государства.

## **Тема 8. Медиа в системе отношений 'рынок - государство - общество'**

Пресса: эволюция становления форм собственности. Телеорганизации: общественные формы владения. Формы частного владения средствами массовой коммуникации. Регламентирующая деятельность государства.

Тенденция дерегулирования деятельности средств массовой коммуникации: за и против.

## **Тема 9. Массовая коммуникация в контексте глобализации**

Массовая коммуникация и развитие. Средства массовой коммуникации в условиях зависимого развития. Движение за 'новый мировой информационный порядок'. Концепция 'плюрализма мировых коммуникаций'. Массовая коммуникация в условиях глобализации.



### **Тема 10. Эффекты массовой коммуникации**

Понятие эффекта массовой коммуникации. Первые исследования эффектов массовой коммуникации. Концепции опосредованного влияния массовой коммуникации. Общая характеристика современного этапа изучения эффектов массовой коммуникации. Конкретные модели эффектов МК: установление пунктов 'повестки дня'; 'спираль молчания'; теории информационного дефицита; модель зависимости эффектов массовой коммуникации; подход 'полезности и удовлетворения потребностей'.

### **Тема 11. Методологические и методические особенности исследования аудитории и текстов массовой коммуникации**

Специфика количественных и качественных подходов к изучению аудитории массовой коммуникации. Основные методы сбора эмпирической информации. Виды используемых выборок. Концептуальные основания метода контент-анализа. Практика контент-аналитических исследований.

### **Тема 12. Основные направления эмпирических исследований массовой коммуникации в отечественной социологии**

Проблема эффективности. Аудитория массовой коммуникации. Исследования коммуникатора. Содержание массовой коммуникации.

## **5. Содержание практического раздела дисциплины**

### **Тематика семинаров**

Документ: Рабочая программа

Дата разработки:

Разработчик: профессор кафедры КиСК Н. А. Колодий



### **Тема 1. Особенности социологического анализа массовой коммуникации**

1. Основное содержание социально-экономических, политических, культурологических и технологических факторов, определяющих роль массовой коммуникации в современном мире.
2. Общее и особенное в понятиях: коммуникация и общение; средства массовой коммуникации, медиа, средства массовой информации, средства массовой информации и пропаганды, средства массового общения.
3. Основные отличия моделей коммуникации, предложенных Лассвеллом и Шраммом
4. Особенности социологического рассмотрения массовой коммуникации

### **Тема 2. Массовые коммуникации как социальная подсистема общества**

1. Особенности моделей СМК, предложенных Де Флюэром и Модем. Общие черты и различия.
2. Интерпретация Луманом масс-медиа, как самореферентной социальной системы.
3. Современные российские медиа как способ поддержания стабильности сложившейся социальной системы.
4. Схема функционирования современной российской медиа системы (на примере города, области, края, республики). Какие из выявленных вами функций медиа являются универсальными, а какие специфическими?

### **Тема 3. Роль и значение идеологии в системе массовой коммуникации**



1. Основания классической марксистской концепции идеологии. В чем этот подход может быть полезен для анализа современных процессов в области массовой коммуникации?
2. Общее и особенное в концептуальных построениях Альтюссера и Грамши, касающихся идеологии и средств массовой коммуникации.
3. Структурная схема идеологии. Какие основные моменты вы считаете необходимым здесь отразить?
4. Основные способы обеспечения современными медиа согласия в российском обществе в отношении основных (базовых) ценностей.

#### **Тема 4. Семиотические и социологические методы анализа содержания массовой коммуникации**

1. Теоретико-методологические основания анализа текстов массовой коммуникации, присущих: а) традиционному контент-анализу; б) семиотике. Можно ли, на ваш взгляд, выделить здесь общее и особенное?
2. Как концепция синтагматического и парадигматического анализа может быть применима для анализа текстов массовой коммуникации?
3. Какие переменные, на ваш взгляд, опосредуют процесс кодирования - декодирования? Обоснуйте ваш выбор на примере прочтения популярной ежедневной газеты, наиболее популярной среди ваших друзей и знакомых.
4. Программа эмпирического социологического исследования
5. Контент-анализ и его формы

#### **Тема 5. Критическая традиция анализа массовой коммуникации**

1. Понимание Адорно и Хоркхаймер "индустрии культуры".



2. В чем, на ваш взгляд, идея Бенямина противоречат подходам Франкфуртской школы?
3. Негативные тенденции в деятельности современного телевидения, анализируемые Постман. Согласны ли вы с теми оценками, которые предлагает автор?

### **Тема 6. Постмодернистская интерпретация массовой коммуникации**

Какие черты современности (применительно к изучению процессов массовой коммуникации в обществе) постмодернистское теоретизирование позволяет выявить более рельефно по сравнению с другими подходами?

1. В чем состоят основные особенности в интерпретации роли средств массовой коммуникации в современном обществе у Дебора и Бодрияра?

### **Тема 7. Эволюция представлений о роли и значении СМК**

Выделите общее и различия в теоретических основаниях концепций свободы печати Дж. Милтона, Дж. Локка. И. Бентама, Дж. Ст. Милля. Какие из этих посылок могут быть применимы в современных условиях?

1. В чем, на ваш взгляд, состоят сильные и слабые стороны оценки роли СМК в условиях трансформации публичной сферы общества (концепции Ю. Хабермаса)?
2. В работе Дж. Дьюи (равно как и Ч.Р. Миллса) отмечается нарастание в американском обществе все большего разрыва между рядовыми гражданами и представителями элитных групп в плане доступа и использования СМК. Справедлива ли эта посылка применительно к современному российскому обществу?



## **Тема 8. Медиа в системе отношений 'рынок - государство - общество'**

1. Как вы считаете, является ли необходимым для российского общества наличие общественного телевизионного вещания, независимого как от прямого влияния правительства, так и от давления со стороны рынка?
2. Предоставляют ли современные российские СМИ (прежде всего телевидение) равные условия для участия в обсуждении актуальных проблем общества для представителей всех слоев населения?
3. Аудиторию СМК можно рассматривать под разными углами зрения. В чем состоят основные различия, если мы будем рассматривать аудиторию в терминах 'потребителей продукции', с одной стороны, и 'граждан' - с другой?
4. Какие аргументы можно выдвинуть в поддержку идеи общественного телевидения? Каковы, по вашему мнению, перспективы концепции общественного вещания в условиях нарастания рыночных тенденций в мировых СМК?
5. Как бы вы могли расположить нынешние российские медиа в поле следующих нормативных моделей СМК: авторитарной, свободного рынка идей, социальной ответственности?

## **Тема 9. Массовая коммуникация в контексте глобализации**

1. В чем состоят основные идеи концепции модернизации? Какая роль отводится в этих процессах массовой коммуникации?



2. Проследите общее и особенное в интерпретациях концепций "культурного империализма", "американизации" и глобализации применительно к средствам массовой коммуникации?
3. Выделите основные процессы в области развития технологии коммуникации, в наибольшей степени, на ваш взгляд, повлиявшие на тенденции глобализации?
4. Проанализируйте содержание программ общероссийских телеканалов, вышедших в эфир на прошлой неделе. Можете ли вы найти здесь эмпирическое подтверждение идеи о преобладании материалов, произведенных американскими или транснациональными кампаниями?
5. Сформулируйте основные положения концепции культурного империализма. В какой мере эти идеи являются для вас убедительными применительно к дню сегодняшнему, к реалиям российской ситуации?
6. Какой тенденции в большей степени способствует развитие глобальных медиа: развитию прав и гражданских свобод или усилению централизованного контроля над личностью?

### **Тема 10. Эффекты массовой коммуникации**

1. Характеристика ведущих социологических концепций, опираясь на которые можно описать основные проявления эффектов массовой коммуникации.
2. Какие модели анализа эффектов массовой коммуникации могут наиболее полно описать особенности использования средств массовой коммуникации в электоральных процессах?



## **Тема 11. Методологические и методические особенности исследования аудитории и текстов массовой коммуникации**

1. В чем заключается общее, и в чем особенное при изучении коммуникативного поведения аудитории прессы, телевидения, прессы?
2. На примере разработки программы контент-анализа конкретной проблематики проанализируйте сильные и слабые данного подхода в исследовании СМК.

## **ТЕМА 12 Основные направления эмпирических исследований массовой коммуникации в отечественной социологии**

1. Проведите периодизацию исследований массовой коммуникации в российской социологии, дайте характеристику каждому из ее периодов.
2. В чем состоят основные теоретико-методологические особенности исследования эффективности массовой коммуникации в российской социологии?

## **6. Программа самостоятельной познавательной деятельности**

### **Тематика рефератов, докладов, дискуссий**

1. Средства массовой информации, массовая коммуникация, масс медиа, средства массового общения - к вопросу о дефинициях и генезисе понятий.
2. Структурный функционализм как исследовательская традиция социологии массовой коммуникации.



3. Концепция идеологии и ее познавательный потенциал применительно к задачам изучения массовой коммуникации.
4. Массовая коммуникация и социальные изменения: теоретические модели, результаты исследований.
5. Структуралистские подходы анализа содержания массовой коммуникации: теория, практические приложения.
6. Метод классического контент-анализа. Разработка программы и категорий анализа. На примере анализа предвыборных публикаций в центральной прессе.
7. Современные тенденции в области мировых информационных процессов.
8. Массовая коммуникация в ракурсе постмодернистского теоретизирования.
9. Нормы функционирования институтов массовой коммуникации в условиях тоталитаризма, авторитаризма, либеральной демократии. Специфика современной российской ситуации.
10. Массовая коммуникация: дилемма рыночного или государственного регулирования.
11. Медиа в ракурсе феминистской перспективы анализа.
12. Аудитория и эффекты массовой коммуникации.
13. Исследование аудитории массовой коммуникации в России. Историографический обзор.
14. Прикладные маркетинговые исследования аудитории средств массовой коммуникации. Специфика изучения аудитории телевидения (радио, печатных изданий).
15. Проблематика мифа в работах Р. Барта. Как методология анализа мифа, по Барту, помогает анализировать материалы массовой коммуникации?



16. Механизмы формирования общественного мнения, роль в этом средств массовой информации. По работе Э. Ноэлле-Нойман 'Спираль молчания'.
17. М. Маклюэн как основоположник концепций технологического детерминизма в сфере массовой коммуникации.
18. Теоретики 'Франкфуртской школы' о массовой коммуникации. На примере работы В. Бенямина 'Произведение искусства в эпоху его технической воспроизводимости'.
19. Концепция анализа 'текста' В. Проппа. На примере работы 'Морфология сказки'.
20. Как средства массовой информации и прочие институты общества 'делают' мнения? По работе П. Шампана 'Делать мнение'.
21. Проанализируйте работу Ж. Бодриера 'Система вещей'. Какие послышки этой работы можно применить для анализа проблематики медиа-реклама-культура современного российского общества?
22. Средства массовой информации в современном индустриально развитом мире. (По работам А. Зиновьева 'Запад', 'Глобальный человек'). В чем, на ваш взгляд, состоят сильные, а в чем слабые стороны аргументов автора?
23. Работа Г. Маркузе 'Одномерный человек'. Проблемы средств массовой информации и рекламы, как элементов системы духовного производства современного общества.
24. Какую интерпретацию получила деятельность средств массовой информации в работе Т. Адорно и М. Хоркхаймера 'Диалектика просвещения'. В чем, на ваш взгляд, авторы работы правы, а в чем нет?
25. Ч. Р. Миллс как представитель радикальной социологии. Его видение отношений в системе: средства массовой информации - общественное



мнение – демократическая политическая система. По работе 'Властвующая элита'.

26. Проанализируйте основные положения работы Г. Шиллера 'Манипуляторы сознанием'. Какие выводы автора можно применить для анализа роли медиа в современной российской действительности, а какие нет и, почему?
27. Проблемы объективности и свободы средств массовой информации. Проанализируйте статьи на эту тему, опубликованные в журналах 'Вестник МГУ. Серия журналистика' и 'Журналист' за последние 3-4 года.
28. Проблематика роли массовой коммуникации в современном российском обществе в книге В. Пелевина 'Generation П'. С какими из основных идей автора вы согласны, с какими нет?

## **7. Текущий и итоговый контроль**

Текущий контроль знаний студентов выполняется в виде тестовых и контрольных вопросов, предлагаемых студентам в течение семестра несколько раз. Цель такого контроля заключается в анализе текущей успеваемости, выведении контрольной точки при рейтинговой системе, корректировке работы преподавателя.

### **7.1. Образцы заданий, тестов, упражнений**

1. Проведите коммуникативный анализ записей новостей разных телевизионных и радиокompаний. Каким образом одно и то же событие



интерпретируется разными СМИ, какие средства коммуникативного воздействия используются?

2. Сделайте коммуникативный анализ сообщения о защите докторской диссертации депутатом Государственной думы и лидером фракции ЛДПР.
3. Проанализируйте многоканальность и направленность предвыборной коммуникации на примере региональных выборов.
4. Используя дополнительную литературу, изучите семиотические особенности коммуникации в таких сферах, как реклама, архитектура, кино, фотография, изобразительное искусство, музыка, театр, политика. Приведите примеры знаков из этих коммуникативных сфер.
5. Известный исследователь из Великобритании, Дэниел Чэндлер (Daniel Chandler) считает, что семиотика помогает глубже понять обыденность, то, с чем мы обычно свыкаемся и о чем обычно не говорим, воспринимаем как данность. Она помогает нам, в частности, задуматься об отсутствующем, о тех вещах, отсутствие которых значимо для нас. Она также помогает нам понять, что мы живем среди условностей, что, например, новости или фотографии, являются не отражением мира, а способом построения определенной картины мира. Приведите свои собственные примеры знакового анализа предметов и событий, текстов и изображений.
6. Выделим следующие общие условия функционирования массовой коммуникации (по В.П.Конецкой, с изменениями):
  - *массовая аудитория* (она анонимна, пространственно рассредоточена, но делится на группы по интересам и т.п.);
  - *социальная значимость* информации;



- наличие *технических средств*, обеспечивающих регулярность, скорость, тиражированность информации, передачу ее на расстояние, хранение и многоканальность (в современную эпоху всеми отмечается преобладание визуального канала).

**Массовость** как определяющая характеристика массовой коммуникации создает, фактически, новые сущности в коммуникационном процессе. Участниками процесса общения считаются не отдельные индивиды, а мифологизированные собирательные субъекты: *народ, партия, правительство, армия, олигархи*. Даже отдельные личности предстают как имиджевые мифологемы: *президент, лидер партии, медиа-магнат* и т.п. Современные исследователи приходят к выводу о том, что функция информирования в массовой коммуникации уступает место функции объединения, а вслед за ней – управления, поддержания социального статуса, подчинения и власти.

***Какова эволюция представлений о массовости в истории социальных наук? Аргументируйте свой ответ.***

## 7.2. Экзаменационные вопросы

1. Социология массовой коммуникации: предмет, методы, функции
2. Особенности социологического подхода к изучению массовой коммуникации
3. История становления социологии массовой коммуникации: этапы, школы и основные представители
4. Современное состояние социологии массовой коммуникации



5. Изучение массовой коммуникации в России: история и современность
6. Понятие массовой коммуникации как социального явления
7. Массовая коммуникация в жизни общества: причины возникновения, этапы развития, тенденции эволюции
8. Глобализация современных средств массовой коммуникации
9. Функции массовой коммуникации
10. Средства массовой коммуникации: разновидности и особенности. Проблема дублирования и кооперации СМК
11. Средства массовой информации как «четвертая власть»
12. Взаимодействие СМИ и государственной власти: модели и реальная практика в мире и Российской Федерации
13. Экономические, политические, правовые и иные условия реализации свободы слова и информации
14. Проблема финансовой свободы и зависимости информационного канала
15. Общественность и средства массовой информации
16. Общественное мнение: природа, структура, механизмы формирования и функционирования
17. Роль средств массовой информации в управлении массовым сознанием
18. Эффекты массовой коммуникации на индивидуальном и общественном уровнях
19. Средства массовой коммуникации и социальные проблемы
20. Понятие и типология социальных проблем
21. Конструктивизм в исследованиях массовой коммуникации
22. Средства массовой информации, реклама и общество
23. Реклама в социологии и социология в рекламе



- 24.СМИ как основной носитель рекламы
- 25.Особенности рекламы в различных видах СМИ
- 26.Коммерческая, политическая и социальная реклама в средствах массовой информации
- 27.Медиапланирование
- 28.Социологическое изучение различных видов СМК для нужд ПР-практики
- 29.Специфика ПР-деятельности в отношении различных видов СМК
- 30.Особенности взаимоотношений ПР и СМИ в политической сфере
- 31.Особенности взаимоотношений ПР и СМИ в органах государственной службы
32. Контент-анализ и его разновидности
33. Программа эмпирического социологического исследования
34. Опрос и его специфика
35. Количественные методы сбора первичной социологической информации
36. Качественные методы сбора первичной социологической информации
37. Анализ документов и его специфика
38. Фокус-группа, её возможности и ресурсы
39. Прикладные исследования коммуникатора
40. Специфика исследования в социологии массовой аудитории
41. Исследование содержания массовых коммуникаций в социологии
- 42.Массовая коммуникация и молодежная аудитория
- 43.Молодежь как целевая группа в ПР-кампаниях и рекламе
- 44.Методики исследования содержания информации

## **8. Учебно-методическое обеспечение дисциплины**

Документ: Рабочая программа

Дата разработки:

Разработчик: профессор кафедры КиСК Н. А. Колодий



## 8.1. Литература по темам курса

### Тема 1

- Боров В.Ю., Коваленко А.В. Культура и массовая коммуникация. М.1986.
- Массовая информация в современном промышленном городе: Опыт комплексного социологического исследования \ Под общ. ред. Грушина Б.А., О니кова Л.А. М.1980.
- Массовая коммуникация в условиях научно-технической революции \ Под ред. Фирсова Б.М. Л. 1981.
- Методологические проблемы изучения средств массовой коммуникации. М. 1985.
- Методологические проблемы изучения телевидения и радиовещания. М. 1981.

### Тема 2

- Моль А. Социодинамика культуры. М. 1973.
- Массовая информация в современном промышленном городе: Опыт комплексного социологического исследования \ Под общ. ред. Грушина Б.А., Оникова Л.А. М.1980.
- Буданцев Ю.П. Системность в изучении массовых информационных процессов. М. 1986.
- Коробейников В.С. Редакция и аудитория: социологический анализ. М. 1983.



- Матурана Р., Варела Ф. Древо познания. М.2001
- Филиппов А.Ф. От структурного функционализма к неофункционализму. Социология Никласа Лумана. В кн.: История теоретической социологии. Том 4. С. Петербург. 2000. СС. 376-385
- Луман Н. Власть. М. 2001.

### Тема 3

- Духовное производство. Социально-философский аспект проблемы духовной деятельности. М. 1981.
- Маркс К, Энгельс Ф. Немецкая идеология (Первая глава) В кн.: Маркс К. Социология. М. 2000.
- Грамши А. Тюремные тетради. Избранные произведения в трех томах. М. 1957.

### Тема 4

- Барт Р. Избранные работы: Семиотика. Поэтика. М.1984.
- Барт Р. Мифологии. М.1996.
- Делез Ж. По каким критериям узнают структурализм? В кн. Делез Ж. Марсель Пруст и знаки.С. Петербург. 1999.
- Предмет семиотики: теоретические и практические проблемы взаимодействия средств массовой коммуникации. М. 1975.
- Современное зарубежное литературоведение (страны Западной Европы и США): концепции, школы, термины. Энциклопедический справочник. М. 1999.
- Соломоник А. Семиотика и лингвистика. М.1995.

Документ: Рабочая программа

Дата разработки:

Разработчик: профессор кафедры КиСК Н. А. Колодий



- Эко У. Отсутствующая структура. Введение в семиологию. С. Петербург. 1998.

#### Тема 5

- Хоркхаймер М., Адорно Т. Диалектика просвещения. Философские фрагменты. М.1997.
- Маркузе Г. Одномерный человек. Киев. 1994.
- Миллс Ч. Властвующая элита. М. 1959.
- Беньямин В. Произведение искусства в эпоху его технической воспроизводимости. Избранные эссе. М.1996.
- Давыдов Ю.Н. Критика социально-философских воззрений Франкфуртской школы. М. 1977.
- Терин В.П. Массовая коммуникация. Социокультурные аспекты политического воздействия. Исследование опыта Запада. М.1999.

#### Тема 6

- Джеймисон Ф. Постмодернизм, или логика культуры позднего капитализма. В кн.: Философия эпохи постмодерна. Минск. 1996
- Бодрийар Ж. Реквием по масс-медиа. В кн.: Поэтика и политика. С. Петербург. 1998.
- Бодрийар Ж. Америка. С. Петербург. 2000.
- Бодрийар Ж. Символический обмен и смерть. М. 2000.
- Дебор Ги. Общество спектакля. М. 2000.
- Лиотар Ж. Ф. Состояние постмодерна. С. Петербург. 1998
- Маньковская Н.Б. Эстетика постмодернизма. С. Петербург. 2000.

Документ: Рабочая программа

Дата разработки:

Разработчик: профессор кафедры КиСК Н. А. Колодий



- Марков Б.В. Храм и рынок. Человек в пространстве культуры. С. Петербург. 1999.
- Силичев Д.А. Постмодернизм: экономика, политика, культура. М. 1998.

#### Тема 7

- Засурский И.И. Масс-медиа второй республики. М. 1999.
- Зиновьев А. Масс медиа. В кн.: Запад. Феномен западнизма. М.1995.
- Кин Дж. Средства массовой информации и демократия. М.1994.
- Кому принадлежит культура? Общественные науки и перспективы исследований социокультурных перемен. Казань. 199. Раздел IV. Медиа и культура.
- Марков Б.В. Храм и рынок. Человек в пространстве культуры. С. Петербург. 1999.
- Фарман И.П. Социально-культурные проекты Юргена Хабермаса. М. 1999.
- Хабермас Ю. Демократия. Разум. Нравственность. М. 1995.
- Хабермас Ю. Моральное сознание и коммуникативное действие. С. Петербург. 2000.
- Эко У. О прессе. В кн.: Пять эссе на темы этики. С. Петербург. 1998.

#### Тема 8

- Вартанова Е.Л. Финская модель на рубеже столетий. Информационное общество и СМИ Финляндии в европейской перспективе. М.: Изд-во МГУ. 1999.
- Засурский И.И. Масс-медиа второй республики. М. 1999.

Документ: Рабочая программа

Дата разработки:

Разработчик: профессор кафедры КиСК Н. А. Колодий



- Зиновьев А. Масс медиа. В кн.: Запад. Феномен западнизма. М.1995.
- Карелина В. На экране и за экраном: пропагандистский механизм английского телевидения. М. 1982.
- Кин Дж. Средства массовой информации и демократия. М.1994.
- Кому принадлежит культура? Общественные науки и перспективы исследований социокультурных перемен. Казань. 199. Раздел IV. Медиа и культура.
- Марков Б.В. Храм и рынок. Человек в пространстве культуры. С. Петербург. 1999.
- Фарман И.П. Социально-культурные проекты Юргена Хабермаса. М. 1999.
- Хабермас Ю. Демократия. Разум. Нравственность. М. 1995.
- Хабермас Ю. Моральное сознание и коммуникативное действие. С. Петербург. 2000.
- Эко У. О прессе. В кн.: Пять эссе на темы этики. С. Петербург. 1998.

#### Тема 9

- Багдикян Б. Монополия средств массовой информации. М.1987.
- Глобальное сообщество: новая система координат. С. Петербург. 2000.
- Засурский И.И. Масс-медиа второй республики. М.: Изд-во МГУ. 1999.
- Покровский Н.Е. Российское общество в контексте американизации // Социс. 2000. ? 6.
- Терин В.П. Массовая коммуникация. Социокультурные аспекты политического воздействия. Исследование опыта Запада. М.: Изд-во Института социологии РАН. 1999.

Документ: Рабочая программа

Дата разработки:

Разработчик: профессор кафедры КиСК Н. А. Колодий



- Федякин И.А. Общественное сознание и массовая коммуникация в буржуазном обществе. М. 1988.
- Шиллер Г. Манипуляторы сознанием. М. 1984.

#### Тема 10

- Аронсон Э. Общественное животное. Введение в социальную психологию. М. 1998. Раздел: Массовая коммуникация, пропаганда и процесс убеждения.
- Богомолова Н.Н. Социальная психология печати, радио и телевидения. М. 1991.
- Грушин Б.А. Эффективность массовой информации и пропаганды: понятие и проблемы измерения. М. 1979.
- Иголкин А. Пресса как оружие власти // Россия XXI. N11-12.1995.
- Мельник Г.С. Mass Media: Психологические процессы и эффекты. С.Петербург.1996.
- Ноэль-Нойман Э. Общественное мнение. Открытие спирали молчания. М.1996.
- Средства массовой коммуникации и социальные проблемы. Хрестоматия. Казань. 2000.
- Фестингер Л. Теория когнитивного диссонанса. С. Петербург. 1999.
- Шампань П. Делать мнение: новая политическая игра. М.1997.
- Шерковин Ю.А. Возможные сопутствующие эффекты массовых информационных процессов и их социально-психологическая значимость // Прикладные проблемы социальной психологии. М. 1983.



## Тема 11

- Богомолова Н.Н. Социальная психология печати, радио и телевидения. М. 1991.
- ван Дейк Т.А. Язык. Познание. Коммуникация. М. 1989.
- Дридзе Т.М. Текстовая деятельность в структуре социальной коммуникации. М. 1984.
- Коробейников В.С. Редакция и аудитория: социологический анализ. М. 1983.
- Манаев О.Т. Опыт контент-анализа альтернативной прессы Белоруссии \ \ Социологические исследования. 1991. N8.
- Массовая информация в современном промышленном городе: Опыт комплексного социологического исследования \ Под общ. ред. Грушина Б.А., О니кова Л.А. М.1980.
- Проблемы сбора первичных данных в социологии средств массовой информации. Методологические рекомендации. М. 1984.
- Современные методы исследования средств массовой коммуникации. Материалы конференции. Таллин. 1983.
- Федотова Л.Н. Контент-аналитические исследования средств массовой информации и пропаганды. М. 1988.
- Эффективность средств массовой информации \ Под ред. Давидюка Г.П., Коробейникова В.С. Минск. 1986.

## Тема 12

- Грушин Б.А. Эффективность массовой информации и пропаганды: понятие и проблемы измерения. М. 1979.

Документ: Рабочая программа

Дата разработки:

Разработчик: профессор кафедры КиСК Н. А. Колодий



- Дридзе Т.М. Текстовая деятельность в структуре социальной коммуникации. М. 1984.
- Жабский М. И. Социология кино: истоки, предмет, перспективы. М. 1989.
- Зурабишвили Т.З. Роль средств массовой информации в предвыборной ситуации // Экономические и социальные перемены: мониторинг общественного мнения. N4 (24).1996
- Коробейников В.С. Редакция и аудитория: социологический анализ. М. 1983.
- Лосенков В.А. Социальная информация в жизни городского населения. Л. 1983.
- Манаев О.Т. Включенность личности в сферы влияния средств массовой информации \ \ Социологические исследования. 1984. N4.
- Массовая информация в современном промышленном городе: Опыт комплексного социологического исследования \ Под общ. ред. Грушина Б.А., О니кова Л.А. М.1980.
- Массовая коммуникация в условиях научно-технической революции \ Под ред. Фирсова Б.М. Л. 1981.
- Плотников Н.С. Читательская культура в России (Социологический очерк) В кн.: Homo Legends. Памяти Сергея Николаевича Плотникова (1929-1995). М. 1995.
- Пресса и общественное мнение. (Под. ред. Андрющенко Е.Г.) М. 1986.
- Проблемы социологии печати \ Отв. ред. Шляпентох В.Э. Новосибирск. 1970.
- Районная газета в системе журналистики. Опыт социологического исследования. М. 1977.

Документ: Рабочая программа

Дата разработки:

Разработчик: профессор кафедры КиСК Н. А. Колодий



- Социология и пропаганда. М. 1986.
- Трескова С.И. Социолингвистические проблемы массовой коммуникации. М. 1989.
- Фирсов Б.М. Телевидение глазами социолога. М. 1971.

## 8.2 Литература

1. Абдеев Р.Ф. Философия информационной цивилизации. М., 1994.
2. Американская социологическая мысль. М., 1994.
3. Аудитория: Проблемы изучения общественного мнения. М., 1999. Вып. 2.
4. Биографический метод в социологии: история, методология, практика. М., 1993.
5. Богомолова Н.Н., Стефаненко Т.Г. Контент-анализ. М., 1992.
6. Боров В.Ю., Коваленко А.В. Культура и массовая коммуникация. М., 1988.
7. Буданцев Ю.П. Социология массовой коммуникации. М., 1995.
8. Бурдые П., Шампань П. Общественное мнение // 50/50. Опыт словаря нового мышления. М., 1989.
9. Вардомацкий А.П. Некоторые особенности постсоветского общественного мнения // Социс. 1998. №9.
10. Головкин Б.Н. Масс-медиа России: историко-политический очерк теории и практики. М., 1999.
11. Грановская Р.М., Крижанская Ю.С. Творчество и преодоление стереотипов. СПб., 1994.
12. Грушин Б.А. Массовое сознание. М., 1987.

Документ: Рабочая программа

Дата разработки:

Разработчик: профессор кафедры КиСК Н. А. Колодий



13. Грушин Б.А. Мнения о мире и мир мнений. М., 1997.
14. Грушин Б.А. Эффективность массовой информации и пропаганды: понятие и проблемы измерения. М., 1979.
15. Дейк ван Т.А. Язык. Познание. Коммуникация. М., 1989.
16. Дридзе Т.М. Текстовая деятельность в структуре социальной коммуникации. М., 1984.
17. Егоров В.В. Телевидение и власть. М., 1997.
18. Журавлев Г.Т. Прикладная социология: Учебно-практическое пособие. М., 1997.
19. Землянова Л.М. Зарубежная коммуникативистика в преддверии информационного общества: Толковый словарь терминов и концепций. М., 1999.
20. Землянова Л.М. Современная американская коммуникативистика. М., 1995.
21. Зильберт Б.А. Социопсихолингвистическое исследование текстов радио, телевидения, газеты. Саратов, 1986.
22. Зиновьев А.А. Масс медиа / Запад. Феномен западнизма. М., 1995.
23. Игнатов Н.Г., Мотков С.И. Роль СМИ в процессе формирования общественного мнения // Вестник Моск. ун-та. Сер. 10. 1997. №1.
24. Как провести социологическое исследование. М., 1985.
25. Кин Дж. Средства массовой информации и демократия. М., 1994.
26. Коробейников В.С. Пирамида мнений. Общественное мнение: природа и функции. М., 1981.
27. Коробейников В.С. Редакция и аудитория: социологический анализ. М., 1983.



- 28.Маркузе Г. Одномерный человек. Киев,1984.
- 29.Маслова О.М. Качественная и количественная социология: методология и методы (по материалам круглого стола) // Социология 4М.1995.№5-6.
- 30.Массовая информация и коммуникация в современном мире. М.,1989.Т.1.
- 31.Массовое сознание и массовые действия. М.,1994.
- 32.Мельник Г.С. Mass Media: Психологические процессы и эффекты. СПб.,1996.
- 33.Методы исследования средств массовой коммуникации. М.,1997.
- 34.Мирошниченко А. Толкование речи. Основы лингво-идеологического анализа. Ростов на Дону,1995.
- 35.Музыкант В.Л. Реклама: международный опыт и российские традиции. М.,1996.
- 36.Назаров М.М. Массовая коммуникация в современном мире: методология анализа и практика исследований. М.,2000.
- 37.Назаров М.М. Средства массовой коммуникации и российское общество на пороге XXI века // Социально-гуманитарные знания.1999.№5.
- 38.Ноэль Э. Массовые опросы: введение в методику демоскопии. М.,1978.
- 39.Ноэль-Нойман Э. Общественное мнение. Открытие спирали молчания. М.,1996.
- 40.Олежко В.Ф. Социожурналистика. Екатеринбург,1996.
- 41.Ольховников А.В., Уварова А.А. Типология телевизионной аудитории // Социс.1992.№7.



- 42.Осипов Г.Е. Социология и политика. М.,1995.
- 43.Основы прикладной социологии. М.,1996.
- 44.Паблик Рилейшнз. Связи с общественностью в сфере бизнеса. М.,1999.
- 45.Парникель Ю.Л. Прикладная социология: пособие для студентов. Псков,1997.
- 46.Рабочая книга социолога. М.,1993.
- 47.Самарцев О.Р. Феномены глобальной коммуникации. Тенденции современного телевидения. М.,1998.
- 48.Соломоник А. Семиотика и лингвистика. М.,1995.
- 49.Социальные технологии: Толковый словарь. М.; Белгород,1995.
- 50.Социология коммуникации. // Вестник Моск.ун-та.Сер.18.1999.№3.
- 51.Социология массовой коммуникации: Учебное пособие. М.,1994.
- 52.Социология на пороге XXI века: новые направления исследований. М.,1998.
- 53.Социология средств массовой коммуникации. М.,1991.
- 54.Судас Л.Г. Массовое сознание в поисках новой парадигмы. М.,1996.
- 55.Таранов П. Приемы влияния на людей. М.,1997.
- 56.Тощенко Ж.Т. Социология СМИ // Социология. М.,1994.
- 57.Уилхем Д. Коммуникация и власть. М.,1993.
- 58.Федотова Л.А. Контент-аналитические исследования СМИ и пропаганды. М.,1998.
- 59.Федотова Л.Н. Массовая информация: стратегия и тактика потребления. М.,1997.
- 60.Фирсов Б.М. Телевидение глазами социолога. М.,1990.



- 61.Фирсов Б.М. Пути развития средств массовой коммуникации (Социологические наблюдения). М.,1977.
- 62.Хабермас Ю. Демократия. Разум. Нравственность. М.,1995
- 63.Хоркхаймер М., Адорно Т. Диалектика Просвещения. Философские фрагменты. М.,1997.
- 64.Шампань П. Делать мнение: новая политическая игра. М.,1997.
- 65.Штомпка П. Социология социальных изменений. М.,1996.
- 66.Ядов В.А. Социологическое исследование: Методология, программа, методы. Самара,1995.
67. Ядов В.А. Стратегии и методы качественного анализа данных // Социология: 4М.1995.№5-6.