

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова  
Социологический факультет  
Магистерская программа «Массовые коммуникации и публичная политика»

**УТВЕРЖДАЮ**

(декан)

\_\_\_\_\_/Н.Г. Осипова/

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2022 г.

**Рабочая программа дисциплины**

**"ТРАНСФОРМАЦИЯ СИСТЕМ СРЕДСТВ МАССОВОЙ КОММУНИКАЦИИ В  
ЭЛЕКТРОННО-ЦИФРОВУЮ ЭПОХУ (НА АНГЛ. ЯЗ.)"**

**"TRANSFORMATION OF MASS MEDIA IN THE ELECTRONIC-DIGITAL AGE"**

**Уровень высшего образования:**

**Магистратура**

**Направление подготовки (специальность):**

**39.04.01 СОЦИОЛОГИЯ**

**Направленность (профиль) ОПОП:**

**«Массовые коммуникации и публичная политика»**

**Форма обучения:**

**Очная**

Рабочая программа рассмотрена и одобрена

На заседании Учёного Совета факультета

(протокол № 3 от 17.03.2022 г.)

Москва 2022

Рабочая программа дисциплины (модуля) разработана в соответствии с самостоятельно установленным МГУ образовательным стандартом (ОС МГУ) для реализуемых основных профессиональных образовательных программ высшего образования по направлению подготовки 39.04.01 Социология (уровень магистратуры) в редакции приказа МГУ от 11 сентября 2019 года № 1109.

Год приёма на обучение: 2022.

**1. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП ВО:** относится к профессиональному циклу вариативной части, 3 семестр, дисциплина направленности по выбору.

**2. Входные требования для освоения дисциплины (модуля),** предварительные условия: освоение дисциплин: «Современные социологические теории и школы», «Социология и психология массовых коммуникаций», «Теория и практика публичной политики».

**3. Результаты обучения по дисциплине (модулю):**

Компетенции выпускников (коды)	Индикаторы (показатели) достижения компетенций	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)
<p><b>ПК-3</b> Способен интерпретировать социальную, экономическую, демографическую и другую релевантную информацию, а также результаты, полученные в ходе собственного социологического исследования в соответствии с выбранным концептуальным подходом</p>	<p>ПК-3.1. Анализ, интерпретация информации и данных социологических исследований</p>	<p><b>УМЕТЬ:</b> Уметь анализировать и интерпретировать профессиональную информацию в соответствии с выбранным концептуальным подходом <b>УМЕТЬ:</b> критически оценивать поступающую информацию, избегать автоматического применения стандартных приёмов при решении исследовательских задач</p>
	<p>ПК-3.2. Применение результатов анализа и интерпретации данных социологического исследования для формулирования предложений и рекомендаций</p>	<p><b>УМЕТЬ:</b> использовать результаты анализа и интерпретации данных социологического исследования для формулирования управленческих предложений и задач</p>
<p><b>М-СПК-2</b> Способен участвовать в разработке проектов по формированию общественного мнения в интересах органов государственной и муниципальной власти и управления, общественно-политических объединений, бизнес-структур, СМИ, некоммерческих, профессиональных и иных организаций</p>	<p>М-СПК-2. Разработка проектов по формированию общественного мнения в интересах органов государственной и муниципальной власти и управления, общественно-политических объединений, бизнес-структур, СМИ, некоммерческих, профессиональных и иных организаций</p>	<p><b>УМЕТЬ:</b> разрабатывать проекты по формированию общественного мнения в интересах органов государственной и муниципальной власти и управления, общественно-политических объединений, бизнес-структур, СМИ, некоммерческих, профессиональных и иных организаций</p>
<p><b>М-СПК-3</b> Способен осуществлять</p>	<p>М-СПК-3. Экспертное сопровождение</p>	<p><b>УМЕТЬ:</b> осуществлять экспертное</p>

экспертное сопровождения программ общественного обсуждения планов, проектов органов государственной и муниципальной власти и управления, общественно-политических объединений и иных организаций	программ общественного обсуждения планов, проектов органов государственной и муниципальной власти и управления, общественно-политических объединений и иных организаций	сопровождение программ общественного обсуждения планов, проектов органов государственной и муниципальной власти и управления, общественно-политических объединений и иных организаций
--	---	---

**4. Формат обучения:** очная.

**5. Объём дисциплины (модуля)** составляет 4 з.е., в том числе 28 академических часов, отведенных на контактную работу обучающихся с преподавателем, 116 академических часов на самостоятельную работу обучающихся.

**6. Содержание дисциплины (модуля),** структурированное по темам (разделам) с указанием отведённого на них количества академических часов и виды учебных занятий:

Наименование разделов и тем дисциплины, форма промежуточной аттестации	Всего (часы)	В том числе					Форма текущего контроля успеваемости
		Контактная работа (часы)			Самостоятельная работа обучающегося (часы)		
		Лекции	Практические занятия	Лекционно-практические занятия	Подготовка к практическим занятиям	Самостоятельное изучение темы	
Тема 1. Сущность массовой коммуникации: введение в тему.		2	2	-	14	5	Устный опрос, групповая работа, дискуссия
Тема 2. Основные подходы к исследованию массовой коммуникации.		4	4	-	16	5	Устный опрос, развернутая беседа, дискуссия
Тема 3. Система средств массовой коммуникации.		2	2	-	14	5	Устный опрос, групповая работа, дискуссия
Тема 4. Особенности системы средств массовой коммуникации в электронно-цифровую эпоху.		2	2	-	14	5	Устный опрос, групповая работа, дискуссия
Тема 5. Воздействие средств массовой		2	2	-	14	5	Устный опрос,

информации на индивидуальное и групповое сознание.							эссе, дискуссия
Тема 6. Становление глобальной системы средств массовой коммуникации.		2	2	-	14	5	Устный опрос, групповая работа, дискуссия
Промежуточная аттестация (экзамен)							
<b>Итого</b>	<b>144</b>	<b>14</b>	<b>14</b>	<b>-</b>	<b>86</b>	<b>30</b>	

### Содержание дисциплины:

#### **Тема 1. Сущность массовой коммуникации.**

Природа и суть социального взаимодействия. Социальная коммуникация как элемент и способ эффективного социального взаимодействия. Виды социальной коммуникации (автокоммуникация, межличностная коммуникация, групповая коммуникация, массовая коммуникация). Элементы коммуникативного процесса (модель Г. Лассуэла). Каналы массовой коммуникации.

Классификация коммуникации на основании уровня (контекста) осуществления. Межличностная коммуникация и ее компоненты (коммуникативный, интерактивный и перцептивный). Групповая коммуникация и групповые коммуникативные феномены. Феномен массовой коммуникации.

Функции массовой коммуникации (информационная, образовательная, критическая, контролирующая, мобилизационная, развлекательная). Роль массовой коммуникации в социализации индивидов.

#### **Тема 2. Основные подходы к исследованию массовой коммуникации.**

Этапы социологического анализа феномена социальной коммуникации. Ключевые социологические теории коммуникаций.

Основные подходы к исследованию массовой коммуникации в социологии. Функциональный подход к пониманию сущности массовой коммуникации. Массовая коммуникация как средство политического контроля (теории массового общества, политико-экономическая теория, критическая теория). Теории гегемонии (Н. Пулantzас, Л. Альтюссер). Теория массовой коммуникации советской социологической школы на основе марксистско-ленинской методологии. Социокультурный подход к исследованию массовой коммуникации и роли СМИ. Теоретические подходы к изучению СМИ. СМИ и пропаганда.

#### **Тема 3. Система средств массовой коммуникации.**

Определение системы средств массовой коммуникации. Виды систем средств массовой коммуникации Технические средства коммуникации и их виды. Средства массовой информации как разновидность средств массовой коммуникации. Виды средств массовой информации. Структура системы СМИ. Пресса в системе СМИ, основные характеристики и способы воздействия на аудиторию. Радио как средство массовой коммуникации. Телевидение в системе СМИ, отличительные характеристики, способы, формы и методы деятельности. Интернет как специфическая структура в системе массовых коммуникаций.

#### ***Тема 4. Особенности системы средств массовой коммуникации в электронно-цифровую эпоху.***

Трансформация систем средств массовой коммуникации: история вопроса. Система средств массовой коммуникации в условиях цифровизации. Технологическая инфраструктура цифрового общества (коммуникационные сети, технологии больших данных, алгоритмы, искусственный интеллект, облачные вычисления, платформы и др.). Сущность процесса цифровизации и анализ его социальных последствий.

Определение понятия «новые медиа», основные характеристики новых медиа. Особенности функционирования системы средств массовой коммуникации в цифровом обществе (интерактивность, гипертекстуальность и др.). Место новых медиа в повседневной социальной коммуникации. Эффекты функционирования современных систем средств массовой коммуникации в политической, экономической, социальной, культурной сфере.

#### ***Тема 5. Воздействие средств массовой информации на индивидуальное и групповое сознание.***

Социальные последствия воздействия средств массовой информации на индивидуальное, групповое и общественное сознание. Воздействие на человека стереотипов массовой культуры, распространяемых СМИ (Т. Адорно и др.). Дегуманизация культуры посредством СМИ (Г.Энценбергер). Существование современного политического процесса посредством медиа (М. Кастельс).

Способы привлечения общественного внимания со стороны СМИ. Формирование сознания масс: формы и способы передачи идеологически важной информации, механизмы, обеспечивающие укрепление идеологических постулатов. Социальные факторы манипулятивного управления массовым поведением посредством СМИ.

#### ***Тема 6. Становление глобальной системы средств массовой коммуникации.***

Формы проявления процесса «глобализации» в сфере коммуникаций, глобализация современного медиа-пространства. Концепция СМИ и «глобальной деревни» М. Маклюэна.

Развитие глобальной информационной сети Интернет, основные этапы. Особенности электронных СМИ и их аудитории. Интернет-СМИ, интернет-ресурсы и глобальные виртуальные среды как эффективный инструмент воздействия на сознание людей. «СМИ влияния» как медиаканалы распространения информации для вмешательства в общественно-политические процессы.

### **7. Фонд оценочных средств (ФОС) для оценивания результатов обучения по дисциплине (модулю)**

#### **7.1. Типовые контрольные задания или иные материалы для проведения текущего контроля успеваемости.**

##### **Темы докладов и рефератов:**

1. Социальная коммуникация и ее основные виды.
2. Элементы коммуникативного процесса.
3. Каналы массовой коммуникации.
4. Основные подходы к исследованию массовой коммуникации в социологии.

5. Основные этапы развития глобальной информационной сети Интернет.
6. Электронные СМИ и их особенности.
7. Глобальные виртуальные среды как инструмент воздействия на сознание людей.
8. Современные средства массовой коммуникации и проблема цифрового неравенства.

**Темы эссе:**

1. Манипулятивное управление массовым поведением посредством СМИ.
2. Возможности современной системы массовой коммуникации для развития публичной сферы.
3. Информационная война как проблема современных средств массовой коммуникации.

**7.2. Типовые контрольные задания или иные материалы для проведения промежуточной аттестации.**

**Вопросы для подготовки к экзамену:**

1. Социальная коммуникация как способ эффективного социального взаимодействия.
2. Основные подходы к исследованию массовой коммуникации.
3. Функциональный подход к пониманию сущности массовой коммуникации.
4. Массовая коммуникация как средство политического контроля (теории массового общества, политико-экономическая теория, критическая теория).
5. Теории гегемонии (Н. Пулантазас, Л. Альтюссер).
6. Теория массовой коммуникации советской социологической школы на основе марксистско-ленинской методологии.
7. Социокультурный подход к исследованию массовой коммуникации и роли СМИ.
8. Теоретические подходы к изучению СМИ.
9. Средства массовой информации и их виды.
10. Функции массовой коммуникации.
11. Влияние средств массовой коммуникации на общество и каналы такого влияния.
12. Современные тенденции развития средств массовой информации.
13. Роль массовой коммуникации в социализации индивидов.
14. Факторы манипулятивного управления массовым поведением посредством СМИ.
15. Проблема воздействия средств массовой информации на индивидуальное и групповое сознание.
16. Глобализация современного медиа-пространства.
17. Особенности электронных СМИ и их аудитории.
18. Сущность процесса цифровизации и анализ его социальных последствий.
19. Определение понятия «новые медиа», основные характеристики новых медиа.
20. Особенности функционирования системы средств массовой коммуникации в цифровом обществе.

### Критерии оценки ответов на экзамене:

Оценка	Описание критериев оценки
отлично	Ответ логически выстроен и излагается на хорошем русском языке. Студент свободно владеет понятийным аппаратом дисциплины, ссылается на необходимые источники, свободно ориентируется в проблеме, аргументирует свою позицию, подкрепляет дополнительной информацией, демонстрирует свою эрудицию, тем самым даёт исчерпывающие ответы на все вопросы.
хорошо	В ответе не прослеживается явная логика, он излагается на приемлемом русском языке. Студент не в полной мере может аргументировать и обосновать свою позицию, использует при ответе специализированную группу понятий, даёт удовлетворительные ответы на вопросы.
удовлетворительно	В ответе полностью отсутствует явная логика, он излагается на приемлемом русском языке. Студент владеет лишь основными источниками и литературой, ориентируется в некоторых из них, использует при ответе специализированную группу понятий, даёт удовлетворительные ответы.
неудовлетворительно	Ответ излагается бессистемно, речь несвязанная. Студент не ориентируется в них, при ответе не использует специализированную группу понятий, даёт неудовлетворительные ответы на вопросы.

### 8.Ресурсное обеспечение:

#### 8.1. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины:

##### а) основная литература:

Гидденс Э., Саттон Ф. Основные понятия социологии. М.: Изд. Дом Высшей школы экономики, 2021.

Евгеньева Т.В. Технологии социальных манипуляций и методы противодействия им. СПб: Питер, 2006. Режим доступа: <https://dlib.rsl.ru/01003014154>

Осипов Г.В. Введение в социологическую науку. М.: Наука Вече, 2010.

Осипова Н.Г., Юрченко Е.И. Средства массовой информации в современном обществе: теоретико-методологический анализ базовых подходов // Вестник Московского университета. Серия 18: Социология и политология. — 2010. — № 1. — С. 64–85.

Осипова Н.Г. Современная социологическая теория: учеб. для обучающихся по направлению подготовки "Социология" по уровням образования (бакалавриат 39.03.01 и магистратура - 39.04.01). Ч. 1. М., Канон+ РООИ "Реабилитация, 2019.

Осипова Н.Г. Современная социологическая теория: учеб. для обучающихся по направлению подготовки "Социология" по уровням образования (бакалавриат 39.03.01 и магистратура - 39.04.01). Ч. 2. М.: Канон+ РООИ «Реабилитация», 2020.

Социальные технологии: учебное пособие для бакалавриата и магистратуры / И.Б. Орлова [и др.]; под редакцией И.Б. Орловой. — М.: Юрайт, 2019. 174 с. (Бакалавр и магистр. Академический курс).

Социология. Основы общей теории: учеб. для вузов / отв. ред. Г.В. Осипов, Л.Н. Москвичев. М.: Норма, ИНФРА-М, 2020.

**б) дополнительная литература:**

Баксанский О.Е. Технологии манипуляций массами: реклама, маркетинг, PR, GR : когнитивный подход : карм. кн. политтехнолога / О. Е. Баксанский. - М.: URSS: ЛЕНАНД, 2017.

Броган К., Смит Д. Формула эффекта. Как получить реальный результат в социальных медиа/Пер. с англ. Сапциной У. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2013. Режим доступа: <https://b-ok.cc/book/2903346/d0f3c4>

Елишев С.О. Социальные последствия манипуляций молодежью // Труд и социальные отношения. — 2019. — № 1. — С.80–93.

Елишев С.О. Средства методы и технологии манипулятивного воздействия на современную молодежь // Представительная власть - XXI век: законодательство, комментарии, проблемы. — 2019. — № 7-8 (174-175). — С. 31–43.

Елишев С.О. Сущность манипулятивного управления в молодежной среде и его разновидности // Труд и социальные отношения. — 2018. — Т. 29, № 4. — С. 156–173.

Ливингстон С. О медиа(тиза)ции всего // науч. ред. пер. С. Давыдов // Коммуникации. Медиа. Дизайн, Том 2. №2. 2017.

Льюис Д. Нейромаркетинг в действии. Как проникнуть в мозг покупателя. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2015 режим доступа: <https://b-ok.cc/book/2693617/6b3646>

Маркеева А.В. Лайфлоггинг (lifelogging): направления использования и социальные последствия развития цифровых архивов персональных данных //Современные исследования социальных проблем (электронный научный журнал). 2015. № 7 (52). С. 123–138.

Мэйнуоринг С. Время действовать. Как сделать мир лучше, используя силу социальных медиа / Пер. с англ. Зарахович Н.. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2013. Режим доступа: <https://b-ok.cc/book/2903367/6beceb>

Орлова И.Б Социальные технологии и социально-этическая экспертиза//Вестник Российской академии наук. 2018. № 4. Том 88. С.333-340.

Осипова Н.Г. Механизмы социального манипулирования с помощью коммуникативных технологий // Язык. Культура. Перевод. Коммуникация. Сборник научных трудов. — Т. 2 из Выпуска 2. — Москва: Москва, 2018.

Сергеев Е.Ю. Средства массовой коммуникации в условиях глобализации // Общество. Среда. Развитие (Terra Humana). 2009. №1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sredstva-massovoy-kommunikatsii-v-usloviyah-globalizatsii>.

Система средств массовой информации России / Под ред. Я.Н. Засурского. М., 2001. <http://www.journ.bsu.by/elib/p-s/111-sistema-smi-i-politika/> Под ред. Л.Л. Реснянской. – М.: Аспект Пресс, 2007. <https://ru.b-ok.cc/book/2908146/d8653a>

Соколов А.В. Общая теория социальной коммуникации.- СПб: Изд-во Михайлова В.А., 2002. <http://socioline.ru/pages/av-sokolov-obschaya-teoriya-sotsialnoj-kommunikatsii>

Старк Д., Паис И. Алгоритмическое управление в экономике платформ // Экономическая социология. Т. 22. № 3. Май 2021. С.71-102.

Твенге Д. Поколение I. Почему поколение Интернета утратило бунтарский дух, стало более толерантным, менее счастливым — и абсолютно не готовым ко взрослой жизни и что это значит для всех остальных (Пер. с англ. А. Толмачева). М.: Группа компаний «РИПОЛ классик», 2019.

Терин В.Р. Массовая коммуникация. Исследование опыта Запада. – М.: Изд-во ин-та социологии РАН, 2000.  
<http://bookre.org/reader?file=530387>

Чумиков А.Н. Коммуникационные кампании / учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению подготовки (специальности) "Реклама и связи с общественностью". \_ М.:Аспект, 2014 режим доступа: <https://dlib.rsl.ru/01007500621>

1Considine, Krahel, Lenk, and Janvrin Social Technology: A Compendium of Short Cases// Issues in Accounting Education Volume 31, Number 4, 2016, pp.417-430

Detweiler C. iGods: How Technology Shapes Our Spiritual and Social Lives Brazos Press, 2013.

Hartmut Rosa, Jonathan Trejo-Mathys Social Acceleration: A New Theory of Modernity. Columbia University Press. 2013 режим доступа: <https://b-ok.cc/book/2283634/d3e169sredstv-massovoj-informatsii-rossii-pod-red-ya-n-zasurskogo-m-2003.html>

Technology, society and sustainability. Selected concepts, issues, cases/ ed. Lech W. Zacher - Springer International Publishing AG, 2017. DOI 10.1007/978-3-319-47164-8 режим доступа: <https://link.springer.com/book/10.1007%2F978-981-10-1684-4>

Tessaleno Devezas, João Leitão, Askar Sarygulov Industry 4.0 Entrepreneurship and Structural Change in the New Digital Landscape. Springer International Publishing AG 2017 режим доступа: <https://link.springer.com/book/10.1007%2F978-3-319-49604-7>

#### **Перечень лицензионного программного обеспечения**

Обязательное программное обеспечение – MS Office.

#### **Перечень профессиональных баз данных, информационных справочных систем. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернета»:**

##### **а) Перечень баз данных и информационных справочных систем:**

1. ВЦИОМ <https://wciom.ru>
2. PwC исследования <https://www.pwc.ru/ru/publications.html>
3. Ipsos <https://www.ipsos.com/ru-ru>
4. EBSCOhost <http://search.ebscohost.com/>
5. JSTOR <https://www.jstor.org/>

---

<sup>1</sup> Данный источник и др.источники на иностранном языке доступны через агрегаторы научной информации EBSCO, JSTOR (подписка МГУ)

**б) Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:**

<b>№</b>	<b>Журналы</b>	<b>Web-адрес</b>
1.	Журнал «Социс. Социологические исследования»	<a href="http://www.nir.ru/socio/skipubl/socis.htm">http://www.nir.ru/socio/skipubl/socis.htm</a>
2.	Журнал «Вестник Московского университета. Серия 18. Социология и политология»	<a href="http://www.vestnik.socio.msu.ru/">http://www.vestnik.socio.msu.ru/</a>
3.	Российская государственная библиотека	<a href="http://www.rsl.ru/">http://www.rsl.ru/</a>

**8.2. Описание материально-технического обеспечения:**

Для проведения образовательного процесса требуется аудитория с трансформируемым пространством, оборудованная компьютером и проектором, необходимыми для демонстрации презентаций. Обязательное программное обеспечение – MS Office.

**9. Язык преподавания.**

Английский.

**10. Преподаватели:**

Осипова Н.Г., д.с.н., профессор  
Вершинина И.А., к.с.н., доцент  
Добринская Д.Е., к.с.н., доцент

**11. Разработчики программы:**

Осипова Н.Г., д.с.н., профессор  
Вершинина И.А., к.с.н., доцент  
Добринская Д.Е., к.с.н., доцент

**12.** Соответствие результатов обучения по данному элементу ОПОП результатам освоения ОПОП указано в Общей характеристике ОПОП.