

# МАССОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ: НОВЕЙШИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ И СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ СМК\*

Программа и учебно-методические материалы по курсу

Автор-составитель:

Кольцова Елена Юрьевна, канд. социол. наук доц. кафедры социологии факультета социологии филиала Московского государственного университета «Высшая школа экономики» в Санкт-Петербурге

## I. Организационно-методический раздел

**1. Цель курса:** освоение основных теоретических подходов к изучению средств массовой коммуникации (СМК) и применение этих подходов для анализа текущего состояния СМК и общества как в исследовательских, так и в практических целях.

**2. Задачи курса:** курс ставит своей задачей понимание того, каким образом те или иные теоретические подходы и идеи могут быть использованы в конкретных исследованиях СМК, в практической деятельности, что нового можно узнать и понять об СМК и обществе с помощью этих подходов. В ходе применения различных взглядов на СМК к современной Российской и мировой медиа-системе также будет решаться задача ознакомления слушателей с последними тенденциями в развитии СМК в России и за рубежом, с закономерностями их влияния на другие сферы жизни общества.

**3. Место курса в профессиональной подготовке:** курс относится к разделу «Специальные дисциплины» в цикле профессиональной подготовки по специальности «Социальные коммуникации», квалификация «Специалист по социальным коммуникациям». Выпускникам, планирующим заниматься практической деятельностью, курс поможет критически относиться к продукции СМК, понимать внутренние механизмы функционирования этого социального института и использовать это знание в своей работе.

**4. Требования к уровню освоения дисциплины:**

- слушатель должен свободно ориентироваться в основных подходах к изучению СМК;
- применять изученные категории в контекстах, не связанных с контекстом их изучения;
- ориентироваться в последних тенденциях развития СМК в России;
- уметь критически анализировать концепции СМК.

\* Программа прошла рецензирование и была рекомендована Национальным фондом подготовки кадров.

## II. Объем дисциплины, виды учебной работы, формы текущего, промежуточного и итогового контроля

Всего аудиторных занятий	24 ч
лекций	18 ч
семинаров	6 ч
Самостоятельная работа	24 ч
<b>Итого (трудоемкость дисциплины)</b>	<b>48 ч</b>

Итоговый контроль — экзамен.

### Текущий контроль

Слушатели выполняют домашние задания к семинарским занятиям в виде чтения различных материалов, которые затем они используют на занятиях в индивидуальных презентациях или в коллективной работе. В ходе интерактивных лекций или семинарских занятий преподаватель проверяет выполнение задания. В случае пропуска интерактивной лекции или практического занятия слушатель сдает письменную «отработку» в форме, согласованной с преподавателем.

### Промежуточный контроль

Промежуточный контроль осуществляется в виде написания письменной работы. На 4-е занятие слушатель представляет оформленную в письменном виде тему своей работы и идеи о ее содержании. На 5-м занятии слушатель получает рекомендации по дополнительному чтению и на 6-е занятие приносит отчет о прочитанной литературе в объеме 1 страницы (изложение основных тезисов и способов применения прочитанного). На предпоследнем занятии слушатель сдает письменную работу, а на последнем получает рекомендации по ее улучшению; улучшение работ требуется абсолютно от всех слушателей и является частью обучающего процесса. Слушатель сдает окончательный вариант работы по окончании курса в установленный срок.

## III. Содержание дисциплины

### 1. Темы дисциплины, их краткое содержание и виды занятий

#### Тема 1. Предмет социологии массовых коммуникаций и средства массовой коммуникации в России

Предмет и метод теории массовой коммуникации. Краткий исторический обзор становления и развития советской медиа-системы. Трансформация советской медиа-системы: основные этапы. Современное состояние: региональные медиа-политические режимы, рынки СМК, становление пост-советской массовой культуры.

*Чтение к интерактивной лекции*

Кольцова Е.Ю. Исторический контекст возникновения и функционирования пост-советских СМК (12 страниц). Ридер.

*Тексты для докладов*

1. Дубин Б. От инициативных групп к анонимным медиа // Pro et Contra. 2000. Осень. С. 31–60.
2. Вартанова Е. Медиа в постсоветской России // Там же. С. 61–81.
3. Кольцова О. Кто и как влияет на производство новостей... // Там же. С. 82–103.

**Тема 2. Теории массовой коммуникации**

Основные этапы развития теории массовой коммуникации. 1950-е гг.: классический этап. Массовая коммуникация как набор функций. «Трансмиссионная» модель МК. 1970-е гг.: интерпретационный поворот. Конструктивизм. Джеймс Кэйри. Многообразие культурных подходов к массовой коммуникации. Современное состояние: разнообразие подходов. Пост-модернизм: Джон Фиск. Теории информационного общества: Мануэль Кастельс. Интегративные подходы: Джон Томпсон.

*Чтение к интерактивной лекции*

1. Назаров М.М. Массовая коммуникация в современном мире: методология анализа и практика исследований. М., 1999. С. 14–21, 83–96.
2. Кольцова Е.Ю. Массовая коммуникация и коммуникативное действие // Социологический журнал. 1999. № 1–2. С. 77–86.

*Тексты для докладов*

1. Лазарсфельд П., Мертон Р. Массовые коммуникации, массовые вкусы и организованное социальное действие // Назаров М.М. Массовая коммуникация в современном мире: методология анализа и практика исследований. М., 1999. С. 138–148.
2. Женщина и визуальные знаки. М., 2000. С. 65–77.
3. Постман Н. А теперь... о другом // Назаров М.М. Массовая коммуникация в современном мире: методология анализа и практика исследований. М., 1999. С. 161–173.
4. Гидденс А. Опосредование опыта // Там же.

**Тема 3. Теории массовой коммуникации: критическая традиция и нормативные подходы**

Критическая традиция и марксизм. Ранние теории «массового общества»: Франкфуртская школа. Зрелые теории гегемонии и культурного доминирования: Стюарт Холл. Эмпирические марксистские исследования: Glasgow university media group. Современная политэкономия: Ноам Чомски. Наивный нормативизм 1950-х: влияние холодной войны на исследования СМК. Уильбур Шрам. Зрелый нормативизм: Денис МакКуэл, Каарле Норденстренг. Связь марксизма и нормативизма.

*Текст для самостоятельного чтения по теме «Критическая традиция»*  
Дэвис Г. Как «организовать» творчество: о некоторых последствиях коммерциализации медиа, искусства и культуры // Кому принадлежит культура? / Под ред. С.А. Ерофеева. Казань, 1999. С. 242–260. Ридер.

*Материалы для использования на практическом занятии по теме «Нормативные подходы к СМК: от теории к практике»*

1. Законодательство о средствах массовой коммуникации: Учебно-практические материалы. М., 1999.

2. Законы и практика средств массовой информации в странах СНГ и Балтии. М., 1999.

3. Законы и практика средств массовой информации в Европе, Америке и Австралии. М., 1997.

Каждой мини-группе дается свой отрывок для изучения до или во время занятия (по усмотрению преподавателя), а также эти материалы используются как справочники во время выполнения группового задания.

**Тема 4. Исследования производства СМК**

Первые исследования производства СМК: Херберт Ганс. Антропологические подходы: конструктивизм (Гэй Такман), культурные исследования — cultural studies (Стюарт Холл). Структурные подходы: политэкономия (Г. Дэвис), экономическая социология (Джозеф Туров).

*Текст для самостоятельного чтения по теме*

Кольцова О. (Е.Ю.) Производство новостей: типы влияний на работу журналистов // Невидимые грани социальной реальности: Труды ЦНСИ. Вып. 9. СПб., 2001. С. 109–123. Ридер.

**Тема 5. Исследование содержания СМК**

Критические исследования содержания СМК (Ноам Чомски, GUMG). Дискурсивный анализ СМК и семиотические подходы (Тьен ван Дейк, Клаус Дженсен, Джон Фиск). Исследования содержания СМК в России (В. Малькова, Л. Федотова, Л. Низамова, Э. Чепкина и др.).

*Текст для самостоятельного чтения по теме*

Низамова Л.Р. Медиа-продукт и «национальная» идеология: кейс-стади Всемирного конгресса татар // Постсоветская культурная трансформация: медиа и этничность в Татарстане 1990-х гг. / Под ред. С.А. Ерофеева, Л.Р. Низамовой. Казань, 2001. С. 166–198, 212–233. Ридер.

**Тема 6. Исследования потребления СМК**

Эволюция подходов: от манипулируемой аудитории до автономных «пользователей» СМК. Теории массовой аудитории: Франкфуртская школа. Различные модели «вмешивающихся переменных» (1950–1960-е гг.): Пол Лазарсфельд и др. Традиция измерения эффектов массовой коммуникации: Джозеф Клаппер. «Новые исследования аудитории». Этнография потребления СМК: Джеймс Лалл. Сравнительные качественные исследования аудитории:

Тамар Либс и Элю Кац. «Сопrotивляющиеся» аудитории: от Стюарта Холла до Джона Фиска. Исследования аудиторий в России (Б. Грушин, И. Задорин, В. Дубицкая и др.).

*Тексты для докладов на интерактивной лекции*

1. Дубицкая В. Телевидение. Мифотехнологии в электронных средствах массовой информации. М., 1998 (разделы «Аудитория телесериалов: структура и предпочтения», «Миф как невроз массового сознания», «Из писем телезрителей») С. 85–92; 101–129. Ридер.
2. Задорин И.В., Стребков Д.О., Халкина Е.В. Информационное воздействие СМИ и изменение электоральных ориентаций: анализ зависимости // СМИ и политика в России: Социологический анализ роли СМИ в избирательных кампаниях / Под ред. И.В. Задорина. М., 2000. С. 96–109.
3. Жичкина А.Е., Белинская Е.П. Самопрезентация в виртуальной коммуникации и особенности идентичности подростков – пользователей Интернета // Образование и информационная культура. Социологические аспекты. М., 2000. С. 431–459.

### **Тема 7. СМК и освещение конфликтов**

Основные признаки и приемы поляризации медийного дискурса в конфликтных ситуациях. Наиболее частые реакции СМК на противоречия: артикуляция, закрепление, усиление, конструирование, умолчание, маргинализация. Особое внимание к кризисной фазе конфликта в СМК и причины этого явления. Основные линии расколов в обществе и типичные приемы их репрезентации в СМК: этнические, политические, экономические, межрегиональные противоречия. Особый случай: вооруженный конфликт. Особенности внешнего давления на СМК при освещении конфликтов.

*Текст для самостоятельного чтения по теме*

Кольцова О., Таратута Е. Измерение толерантности? // Журнал социологии и социальной антропологии. 2003. № 4.

### **Тема 8. СМК и выборы**

Основные участники медиа-политического спектакля: кандидаты и их группы поддержки, медиа-организации, аудитории. Традиция изучения влияния СМК на электоральное поведение (Пол Лазарсфельд и др.). Российская специфика электоральных процессов. (И. Задорин и др.). Выборы глазами кандидатов: основные виды стратегий манипуляции средствами МК. Особенности поведения медиа-организаций во время выборов в России. Наиболее распространенные способы регулирования СМК во время выборов.

*Текст для самостоятельного чтения по теме*

Малкин Е., Сучков Е. Основы избирательных технологий М., 2000 (разделы «Прямая реклама в СМИ», «Косвенная реклама в СМИ»). С. 190–213.

### **Тема 9. Новые СМК: Интернет и непрофессиональные медиа**

Влияние Интернет на современную медиа-систему и связанные с этим

ожидания. Размытие границы между производителями и потребителями медиа-продукции, облегчение доступа к производству и рост «непрофессиональных» СМК. Самодеятельное творчество в сети. Новые формы: сетевые сообщества, чаты, форумы, личные страницы; новые комбинации старых медийных форм в сети. Маргинальные сообщества и Интернет, digital divide.

*Текст для самостоятельного чтения по теме*

Семенов И. Воля к идентичности: сопротивление и информационные технологии. <http://pubs.carnegie.ru/books/2002/08is/default.asp?n=02.asp>. Ридер.

### **Тема 10. Глобализация, культурный империализм, меньшинства и альтернативные медиа**

Роль СМК в процессах глобализации и влияние глобализации на мировую медиа-систему (Мануэль Кастельс, Монро Прайс и др.). Локальные (региональные) особенности медиа-глобализации – примеры: Китай (Юэцзы Цао), Иран (Аннабель Среберни-Мохаммади, Али Мохаммади), Россия (Терхи Рантанен и др.). Догоняющее развитие vs культурный империализм: сопротивление локальных культур. Понятие альтернативных медиа: сопротивление угнетенных vs экстремизм. Виды альтернативных медиа (Джон Даунинг).

*Текст для самостоятельного чтения по теме*

Прайс М. Телевидение, телекоммуникации и переходный период. М., 2000 (раздел «Национальное государство и глобальные СМИ»). С. 13–32. Ридер.

### **2. Примерный перечень контрольных вопросов и заданий для самостоятельной работы**

#### **Темы письменных работ**

Данные темы рассчитаны на работы малого объема.

1. Сравнить мультфильмы «Король лев» и «Каникулы в Простоквашино» с точки зрения репрезентации в них гендерных и семейных ролей и ролей друзей. Можно выбрать другую пару мультфильмов.

*Чтение:* Юрчак А. По следам женского образа // Женщина и визуальные знаки. М., 2000. С. 65–77.

2. Сравнить фильмы «Убойная сила-3» и «Чистилище» с точки зрения репрезентации в них чеченцев, федералов и общего «смысла» войны в Чечне. Можно ограничиться одним фильмом, или выбрать другой.

3. Можно ли на практике обеспечить «объективность» новостей в каком-нибудь смысле? Если да, в каком и как? Какие меры надо принять?

*Чтение:* МакКуэйл Д. Массовая коммуникация и общественный интерес: к вопросу о социальной теории структуры и функционирования медиа //

Назаров М.М. Массовая коммуникация в современном мире: методология анализа и практика исследований. М., 1999. С. 179–188.

4. Рассмотрите роль транснациональных медийных корпораций с точки зрения их содействия/противодействия различным идеалам, связанным с СМК (независимость, объективность, разнообразие, в т.ч. культурное и др.) Оправданы ли с точки зрения служения этим идеалам ограничения доли иностранного капитала, применяемые во многих странах?

*Чтение:* МакКуэйл Д. Массовая коммуникация и общественный интерес: к вопросу о социальной теории структуры и функционирования медиа // Назаров М.М. Массовая коммуникация в современном мире: методология анализа и практика исследований. М., 1999. С. 179–188.

5. «Карнавальная функция» СМК: рассмотрите на конкретных примерах, как разные виды СМК могут удовлетворять потребность в «отдыхе» от социальных запретов. Есть ли, с вашей точки зрения, разница между ТВ, Интернетом, печатью?

*Чтение:* Нестеров В., Нестерова Е. Карнавальная составляющая как один из факторов коммуникативного феномена чатов. <http://logiston.df.ru/projects/articles/nesterov.shtml>

6. Проанализируйте письма зрителей к Веронике Кастро (см. ридер) и выскажите свое объяснение популярности сериала «Богатые тоже плачут». Согласны ли вы с гипотезами, выдвинутыми Дубицкой?

*Чтение:* Дубицкая В. Телевидение. Мифотехнологии в электронных средствах массовой информации. М., 1998. С. 85–92; 101–129. Ридер.

7. В чем, с Вашей точки зрения, причина сокращения аудитории толстых журналов, серьезной литературы и/или вообще прессы и роста аудитории аудиовизуальных СМК в пост-советской России? Является ли это признаком некоего упадка, о котором говорит Дубин (журнал Pro et Contra)?

*Чтение:* Дубин Б.В. Слово, письмо, литература. М., 2001. С. 304–311. Ридер.

8. Проанализируйте историю смены собственника на НТВ (по выданному тексту). За что, с вашей точки зрения, боролась НТВ (за свободу слова)?

*Чтение:* Хроника НТВ (текст выдается).

9. Считаете ли Вы, что пост-модерн наступил? (По текстам Постмана, Гидденса, Фиска).

*Чтение:* Постман Н. «А теперь... о другом»; Гидденс А. Опосредование опыта; Фиск Дж. Постмодернизм и телевидение // Назаров М.М. Массовая коммуникация в современном мире: методология анализа и практика исследований. М., 1999. С. 161–173.

### 3. Примерный перечень вопросов к экзамену по всему курсу

1. Понятия массовой коммуникации: возможные определения понятий «коммуникация» и «массовая коммуникация».
2. Основные этапы развития исследований массовой коммуникации.
3. Основные отличия первого (классического) и второго (интерпретативного) этапов.
4. Основные функции СМК, приписываемые им структурным функционализмом.
5. Массовая культура и популярная культура: разница между понятиями.
6. Основная идея Джеймса Кейри: массовая коммуникация как ритуал.
7. Характеристики информационного общества.
8. Основные идеи Маршалла МакЛюэна и Мануэля Кастельса (глобальная деревня, сетевое общество).
9. Глобализация СМК и национальные государства. Понятия культурного империализма и медиа-активизма.
10. Понятия идеологии, доминирования. Роль СМК в обществе с точки зрения сторонников концепции идеологии.
11. Основные выводы работы Медиа-Группы Университета Глазго «Плохие новости».
12. Основные понятия Стюарта Холла: первичные и вторичные определители, три вида прочтения текстов (гегемонное, альтернативное и компромиссное).
13. Что такое нормативные теории? Нормативные (предписательные) и описательные концепции.
14. Возможные трактовки понятия свободы прессы.
15. Факторы, определяющие производство новостей (например, по Гей Такман).
16. Возможности и ограничения социологических методов анализа содержания медиа-продукции.
17. Основные идеи Владимира Проппа о структуре волшебной сказки и их значение для теории массовой коммуникации.
18. Подходы к анализу аудитории.
19. Основные выводы работы Пола Лазарсфельда и Роберта Мертона (понятия лидера мнения и двухступенчатого ниспадения информации).
20. Основные выводы работы Элью Каца и Тамара Либса о восприятии сериала «Даллас» (межкультурные различия, коллективная интерпретативная деятельность, специфика восприятия сериала в Японии).
21. Основные этапы трансформации российских СМК.
22. Типы медиа-политических режимов в России 1990-х гг.

## IV. Учебно-методическое обеспечение курса

### 1. Активные методы обучения

В процессе обучения используются следующие методы:

1. Самостоятельное чтение текстов.
2. Доклады во время интерактивных лекций.
3. Оппонирование докладам.
4. Дискуссия.
5. Работа в мини-группах.

## 2. Материальное обеспечение курса, технические средства обучения и контроля

1. Комплект учебников М.М. Назарова.
2. Комплект ридеров, сброшюрованных преподавателем.
3. Комплект учебников и хрестоматий на английском языке для преподавателя (желательно).

## 3. Методические рекомендации (материалы преподавателю)

Базовая методическая сложность курса заключается в том, что современные теории практически не доступны ни на русском языке (нет переводов), ни на английском (нет самих оригиналов в библиотеках). Классические теории (примерно до конца 1970-х гг.) изложены приемлемым образом в учебнике М.М. Назарова, который рекомендован слушателям в качестве базового, а сами первоисточники отчасти имеются в Петербурге и Москве. Чтобы вывести предлагаемый курс на современный уровень, крайне рекомендуется изыскать возможности для получения доступа преподавателя к следующей литературе:

### Учебники на английском языке

1. McQuail, Denis. *McQuail's Mass Communication Theory*. 4<sup>th</sup> ed. London; Thousand Oaks; New Delhi: Sage, 2000. (Базовый учебник.)
2. Grossberg L.; Wartella E.; Whitney D.Ch. *MediaMaking: Mass Media in a Popular Culture*. Thousand Oaks; London; New Delhi: Sage, 1998.
3. Stevenson N. *Understanding Media Cultures: Social Theory and Mass Communication*. London; Thousand Oaks; New Delhi: Sage, 1995.

### Хрестоматии классических текстов (серия Foundations in Media, англ. яз.)

1. *Approaches to Media. A Reader* / Eds. O. Boyd-Barrett, Ch. Newbold. London: Arnold, 1995.
2. *Media in Global Context. A Reader* / Eds. A. Sreberny-Mohammadi, D. Winsek, J. McKenna O. Boyd-Barrett. London: Arnold, 1997.
3. *Approaches to Audiences* / Eds. R. Dickinson, O. Linne. London: Arnold, 1998.

### Книги о современных российских СМИ на английском языке

1. Mickiewicz E. *Changing Channels: Television and the Struggle for Power in Russia*. New York – Oxford: Oxford University Press, 1997.
2. Ellis F. *From Glasnost to the Internet: Russia's New Infosphere*. New York: St. Martin's Press, 1999.
3. Rantanen T. *The Global and the National: Media and Communications*

in Post-Communist Russia. Lanham; Boulder; New York; Oxford: Rowman & Littlefield Publishers, 2002.

Курс предполагает серьезные объемы самостоятельной работы слушателей дома и активное участие в аудиторных занятиях. Это предопределяет также большую, чем обычно, нагрузку на преподавателя, связанную с составлением ридера, подготовкой к активным формам занятий, чтением письменных работ и жестким контролем за участием слушателей в учебном процессе.

### Составление и использование ридера. Чтение текстов

Ридер представляет собой сборник материалов для обязательного чтения, собранный, размноженный и сброшюрованный преподавателем. Ридер — необходимая часть учебного процесса в европейских и американских вузах — особенно полезен тогда, когда доступ слушателей к входящим в него текстам затруднен, как это часто бывает в России. Для уменьшения затрат ридер может быть размножен в 1–2 экземплярах и доступен в режиме читального зала в факультетской библиотеке, тогда как желающие могут копировать его целиком или частями. Важнейшим условием стимулирования слушателей к чтению материалов являются соответствующие формы контроля: включение в финальный тест конкретных вопросов по текстам ридера, выдача докладов и заданий по ним, связывание с ними тем письменных работ и т. д. С содержательной точки зрения важнейшей задачей чтения ридера является дистанцированный критический анализ текстов, который наиболее эффективно осуществим в ходе коллегиальных дискуссий на семинарах и при написании письменных работ.

### Доклады и дискуссия

Доклады, с одной стороны, ставят своей задачей более продуктивное знакомство с изучаемым материалом и постановку вопросов для дискуссии самими слушателями, а с другой — делают процесс обучения менее иерархичным, разрушая монологичную однонаправленную коммуникацию преподаватель-слушатель и создавая более коллегиальную атмосферу. Роль преподавателя в этом случае приближается к роли арбитра, что сильно повышает эффективность дискуссии, которая должна следовать за докладом. Дискуссия на занятиях — ключевой прием запоминания и, главное, анализа изучаемого материала. Организовать конструктивное обсуждение по существу вопроса не просто; как правило, дискуссия активизируется тогда, когда переходит на бытовой уровень и превращается в обмен неаргументированными эмоциональными суждениями. Рекомендуется пресекать такие отклонения; залогом успеха здесь является прочтение текста всеми или многими слушателями, а не только докладчиком. Одним из способов стимуляции чтения текстов является предварительное назначение оппонентов докладчику, которые задают тон и планку обсуждения; тогда слушатели, выпадающие из дискуссии в силу незнания с текстом, в следующий раз бывают более склонны знакомиться с материалами и ощущать себя причастными к общему делу.

### Работа в мини-группах

Работа в мини-группах — это коллективное обсуждение и выработка тезисного плана решения поставленной задачи. Ее содержание может быть различным: составление программы социологического исследования или учебного курса; разработка медийной кампании; выработка плана практического решения социальной проблемы — например, законодательного регулирования какого-либо аспекта деятельности СМК во время выборов и т. д.

Работа в мини-группах как форма организации занятия особенно подходит для слабо мотивированных или скованных слушателей. Будучи поставлены перед необходимостью самостоятельно и совместно с другими выполнить задание в ограниченное время, слушатели начинают взаимодействовать и почти во всех случаях увлекаются работой. Подавляющее большинство слушателей считают такую форму обучения эффективной и интересной, чему способствует раскованность обстановки в мини-группе. Эта атмосфера затем может быть перенесена и на общую дискуссию по итогам работы мини-групп. Очень важно, чтобы каждой мини-группе (обычно их 3–4) было предоставлено слово и время на последующую дискуссию — это создает у слушателей сознание того, что их труд ценится — поэтому необходимо, чтобы преподаватель следил за регламентом и пресекал слишком длинные реплики. Еще одна важная составляющая успеха — четко сформулированные и выполнимые задания, сопровождаемые рекомендациями по организации работы в мини-группе. Очень часто даже вполне профессиональные слушатели, обладающие менеджерским и преподавательским опытом, не могут самоорганизоваться в заданное время, уходят в сторону от задания, забывают фиксировать свои идеи и т. п.

Поэтому перед началом желательно выдать группам короткие письменные рекомендации, устно их озвучив: примерная инструкция может выглядеть так: «Перед вашей группой стоит задача в течение 20 [30, 40] минут найти ответы на вопрос [группу вопросов] и выработать коллективное мнение по ним. Затем мы будем рады услышать основные положения вашего мнения, представленные одним человеком в тезисной форме в течение 3–4 минут. Сами тезисы, подписанные всеми членами группы, отдаются преподавателю [это нужно только если работа на семинаре является формой текущего или итогового контроля]. Желательно, чтобы все члены группы отвечали на последующие вопросы и защищали мнение группы. Перед началом работы очень рекомендуется определиться с лидером группы, т. е. человеком, ответственным за регламент и общую организацию работы вашей группы (без такого лидера работа группы, как правило, невозможна или мало эффективна). Рекомендуется также, чтобы выступающий от группы был тем же самым человеком, который является ее «секретарем» — т. е. тем, кому поручено протоколировать обсуждение в группе (без такого секретаря группа часто забывает свои идеи)».

### Написание, обсуждение и переписывание письменных работ

При написании работ два требования представляются наиболее важными. Первое — отказ от реферативных и описательных форм работы и упор на создание целостных аналитических доказательных текстов, даже если заданный

объем не превышает 3–4 страниц. Примерный перечень требований к работе, выдаваемый слушателям, может выглядеть так:

1. Работа должна содержать собственный основной тезис (или 2–3 тезиса), и аргументацию к ним. Между ними должно быть соответствие.
2. Работа должна строиться как рассуждение, имеющее свою логику, т. е. начало, развитие и выводы.
3. Работа не должна быть пересказом. При работе с источниками необходимо использовать только релевантные цитаты и поддерживать дистанцию по отношению к ним, т. е. относиться к ним критически.
4. Работа должна быть целостной и не отклоняться от темы. Все фрагменты, не относящиеся к теме, не будут рассматриваться преподавателем как часть работы.

Второе требование: написание работы — не только форма отчетности, но и часть процесса обучения, поэтому обязательными являются процедуры обсуждения работы на занятии, рецензирования преподавателем и переделывания работы в соответствии с итогами обсуждения и рекомендациями преподавателя. Дорабатываться должны даже сильные тексты. Хотя наличие письменной преподавательской рецензии весьма помогает работе слушателя, едва ли не более полезным оказывается обсуждение с другими слушателями: в отличие от вертикальной коммуникации с преподавателем, эта коммуникация — горизонтальная, коллегиальная, и поэтому лучше стимулирует содержательную (а не формально-отчетную) сторону работы слушателей.

### 4. Рекомендуемая основная литература

#### Базовый учебник и хрестоматия

Назаров М. М. Массовая коммуникация в современном мире: методология анализа и практика исследований. М., 1999. (2-е изд. 2002 г.)

Ридер (сборник материалов для обязательного чтения, собранный и сброшюрованный преподавателем)

1. Дейк Т. А. Ван. Язык, познание, коммуникация. Благовещенск, 2000 (статья «Новости как тип дискурса»). С. 113–152.
2. Дубин Б. В. Журнальная культура постсоветской эпохи // Дубин Б. В. Слово, письмо, литература. М., 2001. С. 304–311.
3. Дубицкая В. Телевидение. Мифотехнологии в электронных средствах массовой информации. М., 1998 (разделы «Аудитория телесериалов: структура и предпочтения», «Миф как невроз массового сознания», «Из писем телезрителей») С. 85–92; 101–129.
4. Дэвис Г. Как «организовать» творчество: о некоторых последствиях коммерциализации медиа, искусства и культуры // Кому принадлежит культура? / Под ред. С. А. Ерофеева. Казань, 1999. С. 242–260.
5. Жичкина А. Е., Белинская Е. П. Самопрезентация в виртуальной

- коммуникации и особенности идентичности подростков – пользователей Интернета // Образование и информационная культура: Социологические аспекты. М., 2000. С. 431–459.
6. Задорин И.В., Стребков Д.О., Халкина Е.В. Информационное воздействие СМИ и изменение электоральных ориентаций: анализ зависимости // СМИ и политика в России. Социологический анализ роли СМИ в избирательных кампаниях / Под ред. И.В. Задорина. М., 2000. С. 96–109.
  7. Кольцова Е.Ю. Массовая коммуникация и коммуникативное действие // Социологический журнал, 1999. № 1/2. С. 77–86.
  8. Кольцова О. (Е.Ю.). Кто и как влияет на производство новостей в современной России? // Pro et Contra. 2001. Т. 6. № 2. С. 80–106.
  9. Кольцова О. (Е.Ю.). Производство новостей: типы влияний на работу журналистов // Невидимые грани социальной реальности: Труды ЦНСИ. Вып. 9 / Под ред. В. Воронкова, О. Паченкова, Е. Чикадзе. СПб., 2001. С. 109–123.
  10. Малкин Е., Сучков Е. Прямая реклама в СМИ. Косвенная реклама в СМИ // Малкин Е., Сучков Е. Основы избирательных технологий. М., 2000. С. 190–213.
  11. Низамова Л.Р. Медиа-продукт и «национальная» идеология: кейс-стади Всемирного конгресса татар // Постсоветская культурная трансформация: медиа и этничность в Татарстане 1990-х гг. / Под ред. С.А. Ерофеева, Л.Р. Низамовой. Казань, 2001. С. 166–198, 212–233.
  12. Нестеров В., Нестерова Е. Карнавальная составляющая как один из факторов коммуникативного феномена чатов. <http://flogiston.df.ru/projects/articles/nesterov.shtml>.
  13. Прайс М. Национальное государство и глобальные СМИ // Прайс М. Телевидение, телекоммуникации и переходный период. М., 2000. С. 13–32.
  14. Романов П.В., Ярская-Смирнова Е.Р. Три цвета в инталляции плюрализма: анализ кинорепрезентации социального неравенства // Кому принадлежит культура? / Под ред. С.А. Ерофеева. Казань, 1999. С. 96–108.
  15. Семенов И. Воля к идентичности: сопротивление и информационные технологии. <http://pubs.carnegie.ru/books/2002/08is/default.asp?n=02.asp>.
  16. Сиберт Ф.С., Шрам У., Питерсон Т. Четыре теории прессы. М., 1998. (Введение. С. 15–23.)
  17. Федотова Л.Н. Анализ содержания – социологический метод изучения средств массовой коммуникации. М., 2001. С. 181–194.
  18. Шайхитдинова С.К. Нормативные концепции СМИ в ситуации конфликта (на примере концепции национального развития СМИ в Республике Татарстан) // Кому принадлежит культура? / Под ред. С.А. Ерофеева. Казань, 1999. С. 227–241.

##### 5. Рекомендуемая дополнительная литература

1. Гуманитарные исследования в Интернете / Под ред. А.Е. Войскунского. М., 2000.
2. Дейк Т.А. ван. Язык, познание, коммуникация. Благовещенск, 2000.
3. Женщина и визуальные знаки. М., 2000.

4. Засурский И. Масс медиа Второй республики. М., 1999 (2001).
5. Засурский Я., Колесник С., Свитич Л., Ширяева А. Журналисты о правах и свободах личности и СМИ (российско-американское исследование) // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10 «Журналистика». 1997. № 3. С. 20–36; № 5. С. 14–43.
6. Кому принадлежит культура? / Под ред. С.А. Ерофеева. Казань, 1999.
7. Малкин Е., Сучков Е. Основы избирательных технологий. М., 2000.
8. Образование и информационная культура: Социологические аспекты / Под ред. В.С. Собкина. М., 2000.
9. Постсоветская культурная трансформация: медиа и этничность в Татарстане 1990-х гг. / Под ред. С.А. Ерофеева, Л.Н. Низамовой. Казань, 2001.
10. Прайс М. Телевидение, телекоммуникации и переходный период. М., 2000.
11. Российское общество и СМИ // Pro et Contra. М., 2000. Т. 5. № 4.
12. Сиберт Ф.С., Шрам У., Питерсон Т. Четыре теории прессы. М., 1998.
13. СМИ и политика в России: Социологический анализ роли СМИ в избирательных кампаниях. М., 2000.
14. Средства массовой коммуникации и социальные проблемы. Казань, 2000.
15. Федотова Л.Н. Анализ содержания – социологический метод изучения средств массовой коммуникации. М., 2001.