

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**

**"СОЦИОЛОГИЯ И ПСИХОЛОГИЯ МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ"**

**"SOCIOLOGY AND PSYCHOLOGY OF MASS COMMUNICATIONS"**

**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 марта 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, 2 семестр.
2. Входные требования для освоения дисциплины (модуля), предварительные условия: освоение дисциплин: «Философия», «Современные социологические теории и школы».
3. Результаты обучения по дисциплине (модулю):

Компетенции выпускников (коды)	Индикаторы (показатели) достижения компетенций	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)
<b>ПК-1</b> Способен определять теоретическую базу и методологию социологического исследования на основе актуальных концепций, теорий, моделей и подходов	ПК-1.1. Определяет теоретико-методологическую базу социологического исследования на основе актуальных концепций, теорий, моделей и подходов	<b>ЗНАТЬ:</b> классические и современные социологические теории, концепции, подходы <b>УМЕТЬ:</b> осуществлять выбор социологических теорий, концепций, теории, модели и подходы для решения задач социологического исследования
<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	ПК-3.1. Анализ, интерпретация информации и данных социологических исследований	<b>УМЕТЬ:</b> 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
<b>М-СПК-1.</b> Способен применять социологические методы для диагностики современных проблем в сфере публичной политики и предлагать пути их решения с учётом особенностей институционального контекста и интересов различных социальных групп	М-СПК-1.1. Использование социологических методов для диагностики современных проблем в сфере публичной политики, поиск путей решения проблем с учётом особенностей институционального контекста и интересов различных социальных групп	<b>УМЕТЬ:</b> применять социологические методы для диагностики современных проблем в сфере публичной политики и предлагать пути их решения с учётом особенностей институционального контекста и интересов различных социальных групп

4. Формат обучения: очная.

**5. Объем дисциплины (модуля)** составляет 5 з.е., всего 108 академических часа, из которых 48 часов (16 часов лекций и 32 часа семинаров) составляет контактная работа студента с преподавателем (лекции и семинары), 132 часа составляет самостоятельная работа студента

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

Наименование и краткое содержание разделов и дисциплины (модуля),  Форма промежуточной аттестации по дисциплине (модулю)	Всего (часы)	В том числе			Самостоятельная работа обучающегося, часы	Форма текущего контроля успеваемости (опрос, тестирование, коллоквиум, контрольная работа, реферат и т.п.)
		Контактная работа (работа во взаимодействии с преподавателем) Виды контактной работы, часы				
		Занятия лекционного типа*	Занятия семинарского типа*	Всего		
Тема 1. Введение в дисциплину. Социология массовых коммуникаций как отрасль социологии.	<b>23</b>	2	4	<b>6</b>	17	Устный опрос, участие в дискуссии,
Тема 2. Современные социологические теории массовой коммуникации.	<b>23</b>	2	4	<b>6</b>	17	Устный опрос, участие в дискуссии, доклад
Тема 3. Предметное поле и методы психологии массовых коммуникаций.	<b>23</b>	2	4	<b>6</b>	17	Устный опрос, эссе, доклад
Тема 4. Массовая коммуникация как социальный процесс и социальная подсистема.	<b>23</b>	2	4	<b>6</b>	17	Устный опрос, эссе, участие в дискуссии
Тема 5. Психологические основы функционирования СМК.	<b>22</b>	2	4	<b>6</b>	16	Устный опрос, доклад, эссе, участие в дискуссии,

Тема 6. Медиареальность как социально-психологическая среда формирования мнения аудитории и воздействия на индивидуальное сознание.	22	2	4	6	16	Устный опрос, эссе, доклад
Тема 7. Модели и методы конструирования социальной реальности средствами массмедиа.	22	2	4	6	16	Устный опрос, доклад, участие в дискуссии
Тема 8. Особенности развития массмедиа в цифровом обществе.	22	2	4	6	16	Устный опрос, доклад, эссе
Промежуточная аттестация (зачёт)						
<b>Итого</b>	<b>180</b>		<b>48</b>		<b>132</b>	

### Содержание дисциплины.

#### Тема 1. Введение в дисциплину. Социология массовых коммуникаций как отрасль социологии.

Социология массовой коммуникации как междисциплинарная область научных исследований. Объект и предмет социологии массовой коммуникации. Становление отечественной социологии массовой коммуникации. Структура социологии массовой коммуникации. Основные категории и понятия анализа, принципы исследования массовой коммуникации. Эволюция интерпретации понятия массовой коммуникации в XX в. Социологические методы изучения массовой коммуникации. Сфера практического применения социологии массовой коммуникаций.

#### Тема 2. Современные социологические теории массовой коммуникации.

Формирование предметной области исследований массовой коммуникации в отечественной и западной социологии. Исследовательская деятельность У.Липпмана, «теория волшебной пули» Г.Лассуэлла. Понятие «индустрии культуры» немецких учёных Т.Адорно и М.Хоркхаймера. Теория «минимального эффекта» П.Лазарсфельда. Концепция всеобщей социальной ответственности У.Шрама. Структуралистский подход Т.Иглтона. «Теория культивирования» Дж. Гербнера. «Спираль молчания» Э.Нойль-Ноймана. Йельская модель коммуникации К.Ховленда, принципы исследования эффектов масс-медиа В.Шульца. Развитие социологии массовой коммуникации в отечественных исследованиях (системный, конкретно-исторический подходы к изучению массово-коммуникативных процессов Ю.П. Буданцева, теория массовой коммуникации Ю.А. Шерковин, Э.Г. Багиров, Ю.Борев).

#### Тема 3. Предметное поле и методы психологии массовых коммуникаций.

Психологические теории массовой коммуникации: теория социального научения (А.Бандура), теория культивирования (Дж.Гербнер), теории социализации (Дж.Мейровиц, Н.Поустмен), теория использования и удовлетворения потребностей с помощью масс-медиа (Г.Дж.

Блумер, А.Рубин), концепция «общества спектакля» (Ги Дебор), концепция «публичной сферы» (Ю.Хабермас). Теория стереотипов (У.Липпмана), теория когнитивного диссонанса (Л.Фестингера), теория информационного конформизма (С.Аша). Формирование теории массовой коммуникации на основе достижений разных наук: Л.С. Выготский, М.Бахтин, А.Моль, Ю.Лотман, А.А. Брудный, Ю.А. Шерковин, А.А. Леонтьев и др. Основные направления изучения массовых коммуникаций в психологии: теоретико-методологические вопросы, психологическое воздействие СМИ, психология развития и СМИ, социальная психология СМИ, психологические аспекты телевизионных жанров.

#### **Тема 4. Массовая коммуникация как социальный процесс и социальная подсистема.**

Коммуникация как социальное действие. Структурные элементы системы: реальность-общество, отправитель-коммуникатор, сообщение-текст, канал-средство, получатель-массовое общество, эффект-цель. Возможность расширения системы и образования новых элементов и подсистем в связи с усложнением производственно-экономических, социально-географических факторов и связей. Массы как объект и субъект коммуникации. Диалектика личных и коллективных информационных потребностей и интересов. Направления циркуляции коммуникативных потоков. Социальная информация. Моделирование информации с помощью средств массовой коммуникации. Эффекты массовой коммуникации. Условия возникновения эффективной коммуникации.

#### **Тема 5. Психологические основы функционирования СМК.**

Проблема объективности в передаче информации, сообщений и фактов. Субъективность восприятия и трактовки коммуникатором получаемой информации. Проблема общественного мнения и нравственной индивидуальной позиции коммуникатора. Политическая целесообразность и интересы человеческого сообщества. Коммерческая выгода и духовные интересы человека. Когнитивная сторона восприятия СМИ. Основные процессы воздействия СМИ на аудиторию (фрейминг (эффект обрамления), прайминг, убеждение). Эмоции в формировании мнения аудитории.

#### **Тема 6. Медиареальность как социально-психологическая среда формирования мнения аудитории и воздействия на индивидуальное сознание.**

Медиапространство и мифологизация общественного сознания. Изменение визуальной реальности. Роль цифрового образа в формировании нового типа реальности – медиареальности. Интернет и формирование медиареальности. Особенности сетевой коммуникации в интернете, информационная фрагментация. Действия пользователей глобальной сети при работе с информацией и отборе коммуникативных площадок. Воздействие медиареальности на человека, трансформация структуры восприятия современного человека, его сферы самопрезентации и коммуникации.

#### **Тема 7. Модели и методы конструирования социальной реальности средствами массмедиа.**

Процессы трансформации в развитии медиареальности. Роль индивида в конструировании медийных образов. Репрезентация медийной реальности в отечественной и западной массовой медиакультуре. Процессы создания медиареальности, её функционирования в

социуме, влияния на восприятие, сознание и деятельность человека. Лидеры мнений. Пропагандистские и контрпропагандистские модели. Модель "спирали молчания". Семиотический уровень: понятие (Ч. Пирс, Ч. Моррис), типология, функции знаков. Социальная обусловленность знака. Лингвистический (языковой) уровень коммуникации. Вербальная основа языкового уровня коммуникации. Невербальный уровень коммуникации. Виды невербальных коммуникативных средств: фонационные, кинесические, графические.

#### **Тема 8. Особенности развития массмедиа в цифровом обществе.**

Теоретические концепции цифровых медиа: торонтская школа (Г.Инесс, М.Маклюэн и др.), исследования Интернета (М.Кастельс, Дж.Б. Уолтер, Э.Смит, К.Роджерс и др.), сетевое общество. Конвергенция СМИ. Проблема свободы в Интернете, регулирование и саморегулирование СМИ, технологический детерминизм. Цифровое неравенство. Глобальная и национальная политика по развитию информационного общества. Новые СМИ: определения, особенности. Человек медийный. Виртуальная реальность (Дж. Леньер, М. Мурс, П. Коллок).

### **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, эссе, вопросы для обсуждения (дискуссии):**

1. Массовая коммуникация как процесс обмена информацией.
2. Теории и модели массовых коммуникаций.
3. Взаимосвязь психологии массовых коммуникаций с другими науками.
4. Развитие и становление зарубежных и отечественных исследований в области психологии массовых коммуникаций.
5. Направления и методы эмпирических исследований массовой коммуникации.
6. Контент-анализ как метод изучения СМИ.
7. Фокус-группы и глубинные интервью как методы исследования.
8. Место коммуникации в концепции Ю. Хабермаса.
9. Структура массовой коммуникации
10. Типы коммуникации в зависимости от структуры коммуникативного акта.
11. Массовое сознание как объект деятельности массовой коммуникации.
12. Взаимодействие аудитории и информационного сообщения в массовых коммуникациях.
13. Эффекты влияния средств массовой информации на аудиторию.
14. Общая теория знаков Ч. Пирса и Ч. Морриса.
15. Виды невербальных коммуникативных средств.
16. Специфические черты СМИ как социального института.
17. Влияние массмедиа на общественное и индивидуальное сознание.
18. Характеристики массовой аудитории как потребителя информации.

19. Субъекты массово-коммуникативной деятельности современной России.
20. Глобализация медиа.
21. СМИ как источник социальных изменений.

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

**Вопросы для подготовки к зачёту:**

1. Объект и предмет социологии массовой коммуникации коммуникаций.
2. Научные взгляды на массовую коммуникацию западных учёных.
3. Научные взгляды на массовую коммуникацию отечественных исследователей.
4. Предмет и задачи психологии массовых коммуникаций.
5. Психологические подходы к изучению средств массовых коммуникаций.
6. Психологические аспекты системы массовых коммуникаций.
7. Методы исследования психологии массовых коммуникаций.
8. Массовая коммуникация как социальное явление и процесс.
9. Психологические методы воздействия массмедиа на аудиторию.
10. Семиотический уровень организации массовой коммуникации.
11. Вербальный уровень организации коммуникации.
12. Массмедиа как фактор формирования социальных представлений в различных общностях.
13. Массмедиа как социальный институт.
14. Двусторонняя зависимость массмедиа и аудитории.
15. Современное общество как общество массовой коммуникаций.
16. Информационные каналы и особенности развития массмедиа в условиях глобализации.
17. Особенности коммуникации в электронных сетях.

**Критерии оценки ответов на зачёте:**

Зачтено	Ответ логически выстроен и излагается на хорошем научном языке. Студент хорошо владеет необходимыми источниками и литературой, хорошо ориентируется в них, использует при ответе специализированную лексику, даёт хорошие ответы на основной и дополнительные вопросы.
Не зачтено	В ответе полностью отсутствует явная логика. Студент не владеет в полной мере даже основными источниками, не ориентируется в них, при ответе не использует специализированную лексику, даёт неудовлетворительные ответы на дополнительные и основные вопросы.



## **8. Ресурсное обеспечение:**

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

#### **а) основная литература:**

1. Виноградова С.М. Психология массовой коммуникации: учеб. для вузов. М.: Юрайт, 2021.
2. Давыдов С.Г. Блокнот медиасоциолога. М.: ВЦИОМ, 2020.
3. Кафтан В.В. Теория и практики массовых коммуникаций: учебник. М.: КНОРУС, 2020.
4. Мрочко Л.В. Основы теории массовой информации: учеб. пособие. М., Калининград: Изд-во БФУ им И.Канта, 2020.
5. Саблуков А.В. Социология коммуникативных систем. М.: ФГБОУ ВО МГЛУ, 2019.
6. Тимченко Н.М. Психология массовых коммуникаций: учеб. пособие. СПб.: СПбГИКиТ, 2015.
7. Шарков Ф.И. Коммуникология. Теория и практика массовой коммуникации: учебник. М.: Дашков и К, 2019.

#### **б) дополнительная литература:**

1. Антоновский А.Ю. Коммуникативная философия знания: от теории коммуникативных медиа к социальной философии науки / А.Н. Антоновский; Рос. акад. наук, Ин-т философии. М.: ИФ РАН, 2015.
2. Байчик А.В. Антропология ценностного конфликта в массмедийном пространстве. Курск: Нуив. Книга, 2021.
3. Булатова С.Н. Коммуникация: ффекты, слухи, знаки: учеб. пособие. Иркутск: Изд-во ИГУ, 2019.
4. Васильев А.В., Коркия Д., Мамедов А.К. Культура коммуникаций в условиях информационной глобализации. М.: МАКС Пресс, 2019.
5. Галаганова С.Г. Медиапсихология и манипуляция сознанием. М.: Изд-во МГТУ им Н.Э. Баумана, 2019.
6. Гнатюк О.Л. Основы теории коммуникации. М.: КНОРУС, 2019.
7. Дзялошинский И.М. Современное медиапространство России. М.: Аспект-Пресс, 2017.
8. Евгеньева Т.В. Психология массовой политической коммуникации. М.: Юрайт, 2017.
9. Кузнецова И.В. Психология массовых коммуникаций: учеб. пособие. СПб.: Скифия-принт, 2018.
10. Осипова Е.А. Социология массовых коммуникаций: Учеб. для студентов вузов. М.: Академия, 2014.
11. Руденко А.М. Психология массовых коммуникаций. М.: РИОР: ИНФРА-М, 2017.
12. Системность массовых коммуникаций: образы «свой-чужой» в инфодемии: монография / Под общ. ред. В.Л. Музыканта, В.В. Барабаша. М., Берлин: Директ-Медиа, 2021.
13. Стексова Т.И. Медиакоммуникация как отражение социальных процессов: мтод. пособие. Новосибирск: Изд-во НГПУ, 2018.
14. Шеремет А.Н. Влияние Интернета как средства массовой коммуникации на качество и уровень жизни населения. М.: Центр «Транспорт», 2020.

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

Обязательное программное обеспечение – MS Office.

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

**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>
4.	Научная электронная библиотека	<a href="http://www.elibrary.ru">http://www.elibrary.ru</a>
5.	Национальная электронная библиотека	<a href="http://www.nel.nns.ru/">http://www.nel.nns.ru/</a>
6.	Электронная библиотека МГУ имени М.В. Ломоносова	<a href="http://www.nbmgu.ru/publicdb/">http://www.nbmgu.ru/publicdb/</a>
7.	Электронная библиотека социологического факультета МГУ им. М.В. Ломоносова	<a href="http://www.socio.msu.ru">http://www.socio.msu.ru</a>
8.	«Социологический журнал»	<a href="http://sj.obliq.ru">http://sj.obliq.ru</a>
9.	Электронная библиотека ИНИОН РАН	<a href="http://www.inion.ru/index26.php">http://www.inion.ru/index26.php</a>
10.	Факультет социологии Санкт-Петербургского государственного университета	<a href="http://www.soc.pu.ru">http://www.soc.pu.ru</a>
11.	Институт социологии РАН	<a href="http://www.isras.ru">http://www.isras.ru</a>
12.	Институт социально-политических исследований РАН	<a href="http://isprras.ru">http://isprras.ru</a>
13.	Журнал «Социологическое обозрение»	<a href="http://sociologica.hse.ru">http://sociologica.hse.ru</a>
14.	«Laboratorium. Журнал социальных исследований»	<a href="http://www.soclabo.org/index.php/laboratorium">http://www.soclabo.org/index.php/laboratorium</a>
15.	Альманах «Социологос»	<a href="http://sociologos.net">http://sociologos.net</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.**

Русский.

### **10. Преподаватели:**

проф. Осипова Н.Г.

проф. Елишев С.О.

проф. Темнова Л.В.

доц. Тыртышный А.А.

**11. Разработчики программы:**

проф. Осипова Н.Г.

проф. Елишев С.О.

проф. Темнова Л.В.

доц. Тыртышный А.А.

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