

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова  
Социологический факультет  
Магистерская программа «Коммуникативное пространство современного мегаполиса»

**УТВЕРЖДАЮ**

(декан)

\_\_\_\_\_/Н.Г. Осипова/

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2022 г.

**Рабочая программа дисциплины**  
**«СИМВОЛИЗАЦИЯ ПРОСТРАНСТВА СОВРЕМЕННОГО ГОРОДА»**  
**«SYMBOLIZATION OF MODERN URBAN SPACE»**

**Уровень высшего образования:**  
**Магистратура**

**Направление подготовки (специальность):**

39.04.01 СОЦИОЛОГИЯ

**Направленность (профиль) ОПОП:**

«Коммуникативное пространство современного мегаполиса»

**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 дисциплинам по выбору, 3 семестр.

2. Входные требования для освоения дисциплины (модуля), предварительные условия: освоение дисциплин: «Семиотика современной социальной коммуникации», «Современная теоретическая урбанистика».

3. Результаты обучения по дисциплине (модулю), соотнесённые с требуемыми компетенциями выпускников

Компетенции выпускников (коды)	Индикаторы (показатели) достижения компетенций	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), сопряженные с компетенциями
<b>ОПК 3 Способен прогнозировать социальные явления и процессы, выявлять социально-значимые проблемы, вырабатывать пути их решения на основе использования научных теорий, концепций, подходов и социальных технологий</b>	ОПК 3.2 Выявляет социально-значимые проблемы и предлагает пути их решения на основе комплексного анализа данных и социальных технологий	<b>УМЕТЬ:</b> предлагать пути решения социально значимых проблем на основе социологической теории и социологических методов исследования, применения социальных технологий
<b>СПК-1: способность осуществлять социокультурный анализ коммуникативных практик для выявления тенденций и проблем развития коммуникативного пространства современного мегаполиса</b>	Индикатор СПК-1.1 способен осуществлять социокультурный анализ коммуникативных практик для выявления тенденций и проблем развития коммуникативного пространства современного мегаполиса	<b>ЗНАТЬ:</b> классические и современные социологические теории коммуникации и социологической урбанистики; теоретические модели и методы исследования коммуникативного и символического пространства современного мегаполиса <b>УМЕТЬ:</b> выявлять социокультурные, экономические, политические, демографические факторы среды современного города для анализа перспектив и рисков его развития

4. Форма обучения: очная.

5. Объём дисциплины (модуля) составляет 2 з.е., в том числе 28 академических часов, отведённых на контактную работу обучающихся с преподавателем, 44 академических часа 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 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. Понятие «символ» и «медиа»	10	2	2	4	6	Опрос по теме
Тема 2. Город как пространство социальных и культурных различий	12	2	2	4	8	Индивидуальное творческое задание
Тема 3. Город как пространство символической борьбы	10	2	2	4	6	Работа с кейсами
Тема 4. Концепции медийного города	10	2	2	4	6	Доклады
Тема 5. Повседневность: городское пространство, городские практики, «третьи места»	10	2	2	4	6	Опрос, групповой проект
Тема 6. Маркетинг города	10	2	2	4	6	Групповой проект
Тема 7. Город и картографирование	10	2	2	4	6	Индивидуальное творческое задание

Промежуточная аттестация (зачёт)				
<b>Итого</b>	<b>72</b>	<b>28</b>	<b>44</b>	

### **Тема 1. Введение. Понятие «символ» и «медиа».**

Понятие символического и символа в современных социальных исследованиях. Греческая этимология: форма представления и конструирования социальных связей и различий. К. Леви-Стросс: «эффективность символов». Бурдьё: символический порядок и символическое насилие. Символический порядок и порядок социальных различий. Понятие медиа. Медиа и коммуникация. Пространство города как символический порядок и медиа среда.

### **Тема 2. Город как пространство социальных и культурных различий.**

Как представлены (символизируются) в городском пространстве социальные и культурные различия. Пример: иконические здания и граффити, правый и левый берег Сены в Париже. Городское пространство и сопряжение различных социальных свойств с различными местами. Социально различные способы присвоения городского пространства: места обитания как социально квалифицированные физические места и типы мобильности. Формы пространственной сегрегации: «элитные места» и городские гетто (Вакан). Джентрификация и городские отверженные: эффекты символического усиления неравенства и стигматизации. Символическая капитализация городских мест. Феномен столичности.

### **Тема 3. Город как пространство символической борьбы.**

Пространственные структуры как символические структуры, как категории восприятия и мышления. Пространственные политики в городе. Случай крупных корпораций: навязывание присутствия через визуализацию. Борьба за пространственные прибыли и символические ресурсы места. Девелопинг и локальные городские сообщества. Пространственное господство как одна из привилегированных форм социального господства. Манипулирование группами в пространстве и государственные политики жилья. Государственная градостроительная политика: фигуры и ставки (пример: строительство Бразилиа). Символические стратегии антикорпоративных движений в пространстве города (Наоми Кляйн).

### **Тема 4. Концепции медийного города.**

Что значит изучать город с точки зрения медиа? Медиа и формирование городской субъективности (Зиммель, Беньямин). Медиа, архитектура и городское пространство (Маккуайр). Город и кинематограф (Дзига Ветров «Человек с киноаппаратом», Фриц Ланг «Метрополис», Вим Вендерс «Небо над Берлином», Пон Чжун Хо, Леос Каракс, Мишель Гондри «Токио»). Город как территория изображений. Городская реклама и формы визуальной цензуры. Освещение и экраны. Новые медиа и новые формы социального контроля. Медиа и переопределение различия частное/общественное пространство. «Цифровой дом». «Воображаемые города» и проекты городов будущего.

## **Тема 5. Повседневность: городское пространство, городские практики, «третьи места».**

Пространственные микроструктуры социального порядка в городе: улицы, тротуары, площади, дворы: Джэкобс против Корбюзье. Практики использования городского пространства: городская повседневность у Мишеля Серто. Концепция «третьего места» Рея Ольдебурга: новые городские способы создания и поддержания социальных связей и символических обменов. Город и практики потребления: их символическая функция и социальная логика дифференциации мест потребления. Пространственные структуры города и телесные схемы.

## **Тема 6. Маркетинг города.**

Город и глобальный порядок. Мировые и глобальные города. Городские пространства и логика конкурентной борьбы. Экономические ставки: инвестиции и туристы. Что делает места территориями с конкурентными преимуществами: достопримечательности и инфраструктуры. Брендинг городов. Как брендируют города: целевые аудитории и инструменты брендинга. Роль местных городских сообществ в формировании бренда города: потенциал краудсорсинга.

## **Тема 7. Город и картографирование.**

Карта как форма представления городского пространства: что наносится на карту? Кто создает карты городов? Карта как объективация социального интереса: презумпция объективности и невинности. Взгляд сверху и социальное господство: «знаки на службе государства» (Д. Вуд). Административная логика официального картографирования. Карта и иллюзия рациональности городского пространства: читаемый город и пространственная слепота. Социальный опыт городского пространства и ментальные карты. Практики повседневности и альтернативные способы картографирования: взгляд снизу.

## **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.**

#### **7.1.1 Планы семинарских занятий. Контрольные вопросы.**

##### **Тема 1. Введение. Понятие «символ» и «медиа»**

- Понятие символического и символа.
- Понятие медиа.
- Медиа и коммуникация в пространстве города.

## **Тема 2. Город как пространство социальных и культурных различий**

- Культурные различия в городе.
- Социальные различия в городе.
- Джентрификация и ее проявления.

## **Тема 3. Город как пространство символической борьбы**

- Пространственные политики в городе.
- Государственная градостроительная политика.
- Символические стратегии антикорпоративных движений в пространстве города.

## **Тема 4. Концепции медийного города**

- Медиа, архитектура и городское пространство.
- Город и кинематограф.
- Город как территория изображений.
- Новые медиа и новые формы социального контроля.

## **Тема 5. Повседневность: городское пространство, городские практики, «третьи места»**

- Практики использования городского пространства: городская повседневность.
- Концепция «третьего места».
- Город и практики потребления. Шопинг как городская практика.

## **Тема 6. Маркетинг города**

- Городские пространства и логика конкурентной борьбы. Конкуренция городов.
- Маркетинг территорий.
- Брендинг городов.

## Тема 7. Город и картографирование

- Карта и картографирование.
- Городское пространство и ментальные карты.
- Картографирование: взгляд «сверху» и взгляд «снизу».

### 7.1.2. Задания по темам, вынесенным на практические занятия:

- Индивидуальное творческое задание: «Социальные и культурные различия в городе: визуализация через фотографии».
- Проективная методика: «Нарисуй город Москву» (анализ рисунков, выявление индивидуальных схем «картографирования»).
- Работа с кейсом: «Новая Москва: стратегия развития города».
- Работа с кейсом: «Проектирование города Бразилиа» (по работе Дж. Скотта).
- Групповая дискуссия: «Модернизация городов: Ле Корбюзье vs Дж. Джекобс».
- Групповые проекты с презентацией: «Трансформация пространства и времени в условиях развития новых медиа».
- Индивидуальное творческое задание: «Маркетинг территории (на примере города N)».
- Индивидуальный творческий проект: «Прощание с городом» (индивидуальные ментальные карты города).
- Доклад на тему: «Трансформация потребительских практик в городском пространстве».
- Доклад на тему: «Новые медиа и новые формы социального контроля».

### 7.1.3. Задания по темам, вынесенным на самостоятельное изучение:

- Подготовка к групповой дискуссии: «Цифровые платформы как новая инстанция социального контроля поведения в городе».
- Подбор фотографий на тему: «Влияние новых медиа на социальные взаимодействия в городе».
- Подготовка к групповой дискуссии: «Лайки» как регулятор социального поведения современного человека» (на основе анализа сериала «Черное зеркало»).

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

### Примерный список вопросов к промежуточной аттестации (зачёту):

1. Понятия «Символ» и «Медиа».
2. Аннигиляция пространства и времени.
3. Медиа и городское пространство.
4. Социальные различия в городе.
5. Культурные различия в городе.



6. П. Маркузе: «город кварталов».
7. Джентрификация и коммодификация пространства города.
8. Теории управления городом: элитарная, плюралистическая, теория «машины городского роста», теории городских режимов, институциональная теория.
9. Модернизация городов: Ле Корбюзье vs Дж. Джекобс.
10. Понятие «медийного» города. Ск. Маккуайра.
11. Этапы формирования медийного города: фотография, кинематограф, цифровые сети и др.
12. Феномен «Большого Брата».
13. Понятие «повседневности». Рутинные практики в городе.
14. «Третьи» места в городе. Шопинг как городская практика.
15. Маркетинг территорий.
16. Брендинг городов.

#### **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. Больц Н. Азбука медиа / Пер. с нем. Л.Ионин, А.Черных. - М.: Европа, 2011. – 136 с. <http://en.bookfi.net/book/1405627>
2. Вершинина И.А. Социальное неравенство в современных городах: перспективы урбанистической революции // Социология города. 2017. № 2. [http://vgasu.ru/attachments/sg\\_2017\\_02.pdf](http://vgasu.ru/attachments/sg_2017_02.pdf)
3. Маккуайр С. Геомедиа. сетевые города и будущее общественного пространства. М.: Strelka Press, 2018.
4. Маккуайр С. Медийный город: медиа, архитектура и городское пространство / пер. с англ.: М. Коробочкин. – М.: Strelka Press, 2014. <https://freedocs.xyz/pdf-460477950>
5. Современная социология: ключевые направления и векторы развития / под общ. ред. Н.Г. Осиповой. - М.: Канон+РООИ «Реабилитация», 2018. – 400 с.

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

1. Вирт Л. Урбанизм как образ жизни // Вирт Л. Избранные работы по социологии. М., 2005. [http://inion.ru/site/assets/files/2505/2005\\_virt.pdf](http://inion.ru/site/assets/files/2505/2005_virt.pdf)
- 2.. Скотт Д. Благими намерениями государства. М., 2010 <https://b-ok.cc/book/3120113/36991e>
3. Грубина Е. Город в теории: опыты осмысления пространства. М., 2011.
4. *Ловинк Г.* Критическая теория интернета. – М.: Ад Маргинем Пресс, Музей современного искусства «Гараж», 2019.
5. Медиа: между магией и технологией. / Под. ред. Н. Сосна и К. Федоровой. Москва; Екатеринбург: Кабинетный ученый, 2014.
6. *Таунсенд Э.* Умные города: большие данные, гражданские хакеры и поиски новой утопии / пер. с англ. А. Шоломицкой. М.: Изд-во Института Гайдара, 2019.
7. *Шамаю Г.* Теория дрона. – М.: Ад Маргинем Пресс, Музей Современного искусства «Гараж», 2020.
8. *Kitchin, R., Coletta C., McArdle G.* Urban informatics, governmentality and the logics of urban control. [Электронный ресурс] Режим доступа URL: <https://osf.io/preprints/socarxiv/27hz8/>. Pp. 1-21.
9. Singapore, Helsinki and Zurich triumph in global smart city index // IMD. [Электронный ресурс] Режим доступа URL: <https://www.imd.org/smart-city-observatory/smart-city-index/>
10. Smart cities: digital solutions for a more livable future: Report of McKinsey Global Institute, dated June 5, 2018. [Электронный ресурс] Режим доступа: URL: <https://www.mckinsey.com/business-functions/operations/our-insights/smart-cities-digital-solutions-for-a-more-livable-future>

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

Обязательное программное обеспечение – MS Office.

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

#### **Интернет-ресурсы для поиска литературы:**

Журналы	Web-адрес
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	<a href="http://www.nbmgu.ru/publicdb">http://www.nbmgu.ru/publicdb</a>
7. Электронная библиотека «Киберленинка»	<a href="http://cyberleninka.ru">http://cyberleninka.ru</a>

### **Интернет-ресурсы:**

1. [www.rbc.ru](http://www.rbc.ru) – РосБизнесКонсалтинг
2. [www.romir.ru](http://www.romir.ru) – РОМИР
3. [www.economist.com](http://www.economist.com) – журнал The Economist
4. [www.gks.ru](http://www.gks.ru) – Росстат
5. [www.ecsocman.edu.ru](http://www.ecsocman.edu.ru) – Портал «Социология, экономика, менеджмент»
6. [www.expert.ru](http://www.expert.ru) – журнал «Эксперт»
7. [bigc.ru/publications/other/org\\_culture/](http://bigc.ru/publications/other/org_culture/) – подбор книг и статей по проблематике организационной культуры
8. [www.rtr.ru](http://www.rtr.ru) – Человеческие ресурсы России.

### **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. Преподаватель.**

- Гавриленко Ольга Владимировна, доцент, к.соц.н.

### **11. Разработчик программы.**

- Гавриленко Ольга Владимировна, доцент, к.соц.н.

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