

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ  
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«САМАРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Социологический факультет

Кафедра социологии и политологии

**МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВАНИЯ  
СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО АНАЛИЗА КОММУНИКАЦИЙ**

*Утверждено редакционно-издательским советом университета в качестве  
программы итогового государственного экзамена*

Самара  
Издательство «Самарский университет»  
2014

УДК 301  
ББК 60.5

Рецензент д-р филос. наук Е. Ф. Молевич  
Отв. редактор проф. В. Я. Мачнев

**Методологические основания социологического анализа коммуникаций:** программа итогового государственного экзамена / сост. А.С. Готлиб; отв. ред. В.Я. Мачнев. – Самара: Изд-во «Самарский университет», 2014. – 20 с.

Программа государственного экзамена по дисциплине «Методологические основания социологического анализа коммуникаций» позволяет выявить теоретические знания студентов-магистров в области методологии и истории социологии, а также их знания, умения и навыки в области исследования коммуникаций в сферах труда, политики, потребления и массмедиа.

Предназначена для выпускников магистерской профессионально-образовательной программы «Социологический анализ коммуникаций в сферах труда, потребления и политики» социологического факультета по направлению «Социология» дневной формы обучения.

УДК 301  
ББК 60.5

© Готлиб А. С., составление, 2014  
© Самарский государственный университет, 2014  
© Оформление. Издательство «Самарский университет», 2014

# РАЗДЕЛ I

## ОБЩИЕ ПРОБЛЕМЫ МЕТОДОЛОГИИ СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ

### *Тема 1*

#### ***Объект и предмет социологии в ее историческом развитии***

О. Конт о предмете и методах социологической науки. Классификация наук О. Конта, место социологии в данной классификации.

Определение предмета и метода социологии в социологической концепции Г. Спенсера.

Особенности методологического подхода к анализу социальных явлений в трудах К. Маркса.

Концепции предмета социологии в трудах Э. Дюркгейма и Л. Гумпловича.

Концепция предмета социологии в системе «понимающей социологии».

Особенности методологии в социологической системе В. Парето.

Г. Зиммель о методе, предмете и задачах социологической науки.

### *Тема 2*

#### ***Теоретическая социология в XX веке***

Интегральная социология П. Сорокина: теория социальной мобильности и социо-культурной динамики.

Структурный функционализм Т. Парсонса и его судьба в истории социологии.

Г. Гарфинкель и этнометоды. Основные постулаты этнометодологии и их осмысление в истории социологии.

Особенности феноменологической социологии. Э. Гуссерль и А. Шюц, и их вклад в развитие феноменологической социологии XX века.

### *Тема 3*

#### ***Классическое социологическое исследование как нововременная форма научного знания. Критерии научного знания***

Типы знания. Основные характеристики научного типа знания в его нововременной форме. Специфика и проблемы их реализации в классическом социологическом исследовании. Социальные предпосылки становления классического социологического исследования (количественного подхода) как нововременной формы научного знания.

## ***Тема 4***

### ***Методологические основания классического социологического исследования***

Основные черты количественного подхода в социологическом исследовании: фокус исследовательского интереса, исследовательская ориентация, объект исследования, логическая стратегия получения знания.

Философский и оценочно- окрашенный подходы к определению понятия «качество». Качество социологической информации в классическом социологическом исследовании: два подхода к оценке качества.

Познавательные и прикладные функции классического социологического исследования. Проблемы, связанные с реализацией прикладных функций.

Типы классического социологического исследования в зависимости от цели: фундаментальный, квазифундаментальный и прикладной.

Прикладное социологическое исследование: целевая установка, специфические черты, опыт использования для решения конкретных социальных проблем в отечественной и зарубежной социологии. Особенности организации прикладного социологического исследования: логические модели Г. Батыгина и В. Герчикова. Специфика программы прикладного социологического исследования.

Позиция исследователя в исследовательском процессе.

## ***Тема 5***

### ***Измерение социальных характеристик как важнейшая методологическая черта классического социологического исследования.***

#### ***Типы шкал, используемых в социологии***

Понятие «измерение» в науках. Особенности измерения в социологии, специфические черты измерения социальных характеристик.

Надежность измерительных процедур. Терминологические различия в описаниях качества социологической информации и качества измерительных процедур. Три характеристики надежности измерительных процедур. Способы проверки шкалы на обоснованность. Факторы детерминации устойчивости шкалы. Способы проверки шкалы на устойчивость. Устойчивость и точность шкалы, их соотношение.

Классификация типов шкал, используемых в классическом социологическом исследовании. Класс номинальных шкал: общая характеристика. Класс метрических шкал: общая характеристика. Неупорядоченные номинальные шкалы: понятие, возможности математических процедур, опыт использования в социологической практике.

Порядковые номинальные шкалы: понятие, возможности математических процедур, опыт использования в социологической практике.

Относительно простые и относительно сложные признаки, условность границ между ними. Этапы построения порядковой шкалы для измерения относительно простых признаков. Этапы построения порядковой шкалы для измерения относительно сложных признаков.

Назначение и область использования шкалы Лайкерта. Требования к суждениям как к компонентам шкалы. Последовательность действий при конструировании шкалы Лайкерта. Теоретическое и эмпирическое распределение значений признака, измеряемого шкалой. Опыт использования шкалы Лайкерта в социологических исследованиях.

## **Тема 6**

### ***Выборочный метод в социологии. Основные понятия, типы формирования выборочных совокупностей***

Основные понятия выборочного метода: генеральная совокупность, выборочная совокупность, репрезентативность. Основные этапы формирования выборочной совокупности. Определение объема выборочной совокупности, структура факторов, детерминирующих величину объема выборки.

Понятие «ошибка выборки». Два типа ошибок выборки. Разновидности случайных ошибок. Источники систематических ошибок выборки. Анализ негативного опыта ошибок выборки в социологических исследованиях.

Общая характеристика способов формирования выборочной совокупности. Два класса способов формирования: класс строго случайных способов отбора и класс не строго случайных способов отбора. Принцип формирования выборок в рамках класса строго случайных способов отбора. Систематическая (механическая) выборка: расчет шага выборки, требования к основе выборки. Общая характеристика гнездового (кластерного) способа отбора. Опыт использования строго случайных способов отбора в социологических исследованиях.

Общая характеристика класса не строго случайных способов отбора. Квотный отбор: техника расчета, условия применимости, опыт использования в социологических исследованиях. Общая характеристика типологического способа отбора, техника осуществления, опыт использования в социологических исследованиях. Стратифицированный (районированный) отбор: общая характеристика, критерии стратификации, техника осуществления, опыт использования в социологических исследованиях. Целевой отбор единиц выбо-

рочной совокупности: общая характеристика, условия и опыт использования в социологических исследованиях.

### ***Тема 7***

#### ***Методология качественного социологического исследования: основные характеристики***

Понятие методологии в «широком» и «узком смысле». Методология и парадигма: соотношение понятий. Три составляющие методологии. Онтологическая составляющая – понимание социальной реальности в качественной методологии. Логика познания, способ познания, функции познания, критерии качества результата познания. Понятие «качественный подход» в социологическом исследовании.

### ***Тема 8***

#### ***Этнография и автоэтнография как исследовательские стратегии качественного социологического исследования***

Понятие исследовательской стратегии качественного социологического исследования. История термина «этнография». Основные идеи этнографического подхода в социологии. Основные черты этнографической исследовательской стратегии. Фигура исследователя в этнографической стратегии. Основной метод этой стратегии. Опыт использования этнографической стратегии в западной и российской социологии. Автоэтнография как «дитя» этнографии. Специфика автоэтнографической стратегии. Претензии к автоэтнографии.

### ***Тема 9***

#### ***Grounded theory («обоснованная теория») как исследовательская стратегия качественного социологического исследования и как способ обработки качественной социологической информации***

Основные идеи стратегии. «Обоснованная теория» как вариант исследования в рамках научного направления качественных исследований. Логика исследовательского поиска. Важнейшие операции стратегии: кодирование и его виды, построение теоретической выборки, написание мемо, построение интегрирующих диаграмм. Специфика «обоснованной теории» как способа обработки качественных данных.

## ***Тема 10***

### ***«История жизни» как исследовательская стратегия.***

#### ***Нарративное интервью как основной метод «Истории жизни»***

Основные черты «Истории жизни». Исследовательские задачи этой стратегии. Методологические подходы к историям жизни опрошенных людей. Три типа конкретизации субъекта (три «Я») в рамках интерпретативного подхода к анализу историй жизни. Реалистический и нарративный подходы к анализу историй жизни. Специфика нарративного интервью и фазы его осуществления. Отношение информант-интервьюер в нарративном интервью. Проблема возможной множественности нарративов в рамках коммуникации информант-интервьюер.

## ***Тема 11***

### ***Направления качественного социологического исследования***

Многообразие качественных исследований. Типология качественных исследований по образу результата и позиции исследователя относительно задач социологии. Специфика научного, гуманистического, ситуационного и постмодернистского направлений. «Голоса» исследователя и информанта, их сочетание в готовых продуктах исследований, относящихся к выделенным направлениям.

## ***Тема 12***

### ***Опросные методы в социологии. Специфика их использования в классическом и качественном социологических исследованиях***

Сущность опросных методов. Познавательные возможности опросных методов. История становления опросных методов: статистическая традиция, опыт использования; психологическая традиция, опыт использования. Классификация опросных методов по разным критериям. Виды опросных методов, используемые в классическом и качественном социологическом исследовании. Оппозиции «мягкие- жесткие», качественные – количественные интервью».

Процедура опроса как процесс организованного общения. Фазы опроса. Мотивация к участию как содержание первой фазы опроса. Способы создания мотивации к участию в разных видах опроса.

### ***Тема 13***

#### ***Метод анализа документов в социологическом исследовании***

Понятие документа в социологии. Назначение, область использования в социологической практике. Классификация видов документов, используемых в социологии, критерии классификации. Проблема достоверности документальной информации в классическом социологическом исследовании.

Виды анализа документальной информации. Контент-анализ документальной информации: основные категории контент-анализа, процедура контент-анализа. Разновидности единиц счета.

Традиционный (качественный) анализ документальной информации в качественном исследовании: традиция изучения человеческих документов. Специфические способы обработки документальной информации в качественном исследовании.

### ***Тема 14***

#### ***Методология активистского исследования А. Турена:***

##### ***основные характеристики***

Предпосылки возникновения активистской парадигмы: кризис классической социологии, изменение характера самой социальной жизни. Основная идея активистского подхода. Социология действия как альтернатива классической социологии. Метод социологии действия: метод социологической интервенции. Процедуры метода. Проблемы метода.

### ***Тема 15***

#### ***Полипарадигмальность как черта современной социологии. Возможности совмещения различных методологий в одном исследовательском цикле***

Понятие «парадигма» по Т.Куну и Дж. Ритцеру. Полипарадигмальность эмпирического поля социологии. Структура парадигм и их краткая характеристика. Подходы к возможности / невозможности сочетания парадигм в одном исследовательском цикле. Параллельное и последовательное сочетание парадигм: опыт социологических исследований.

### ***Тема 16***

#### ***Публичный проект социологии: основные идеи, проблемы воплощения***

Проект публичной социологии. М. Буравого. Разделение социологического труда: профессиональная, критическая, прикладная, публичная социологии. Многообразие публичных социологий: традиционная и органическая



публичная социология. Публичное лицо современной российской социологии. Публичная социология как стиль социологических практик. Проблемы реализации проекта публичной социологии в России.

### ***Тема 17***

#### ***Функции классического и качественного социологического исследования***

Познавательные и прикладные функции классического исследования. Описание и объяснение в классическом социологическом исследовании. Специфика описания и объяснения в качественном исследовании. Управленческая функция в классическом качественном исследовании. Функция прогноза в классическом исследовании. Новая функция социологии в качественном исследовании. Условия ее реализации.

## **РАЗДЕЛ II**

### **СОЦИОЛОГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ КОММУНИКАЦИЙ В СОВРЕМЕННОМ ОБЩЕСТВЕ**

### ***Тема 18***

#### ***Теоретико-методологические подходы к изучению трудовых отношений***

Содержание понятий «наёмный труд», «институт наёмного труда», «трудовые отношения», «социально-трудовые отношения».

Теоретико-методологические подходы к изучению трудовых отношений. Концепции трудовых отношений исследователей советского периода. Зарубежные исследования трудовых отношений (концепция Данлопа). Изучение трудовых отношений в современной российской науке.

### ***Тема 19***

#### ***Предмет, субъекты и стадии развития трудовых отношений***

Предмет трудовых отношений: оплата труда, гарантия занятости, условия труда, порядок разрешения трудовых конфликтов

Наёмные работники и их коллективные представители. Работодатели и их коллективные представители. Государство как третья сторона трудовых отношений.

Современные подходы к периодизации в развитии трудовых отношений. Концепция Л. А. Гордона о трёх стадиях в развитии трудовых отношений.

Раннеиндустриальная или раннекапиталистическая стадия и её характерные особенности. Конфронтационная стадия как время организации коллективных действий субъектов трудовых отношений. Социальное партнёрство: насколько оно реально в современной России.

## ***Тема 20***

### ***Механизм регулирования трудовых отношений***

Роль коллективного договора в развитии трудовых отношений. Основные функции коллективного договора: регулирование и регламентирование трудовых отношений, превентивная функция, нахождение неконфликтных средств решения разногласий.

Содержание коллективного договора. Принципы действия коллективного договора. Процедура заключения коллективного договора, этапы переговорного процесса. Подготовка к переговорам, избрание комиссии. Процесс переговоров, подписание коллективного договора. Действия сторон трудовых отношений на всех этапах переговорного процесса.

Регулирование индивидуальных трудовых отношений.

## ***Тема 21***

### ***Факторы формирования и развития трудовых отношений***

Основные факторы формирования и развития трудовых отношений в современных организациях:

1. тип организации, тип предприятия, тип производства;
2. стадия (жизненный цикл) развития организации;
3. социальная политика в организации;
4. современные технологии в производстве и в управлении.

## ***Тема 22***

### ***Понятие репрезентации в социальных науках. Реалистический и конструктивистский подходы к определению репрезентации.***

Понятие «репрезентации» в медиа исследованиях. Два подхода к пониманию репрезентации (реалистический, в рамках которого репрезентация преимущественно понимается как отражение реальности; и подход cultural studies (культурный), в рамках которого репрезентация рассматривается как культурная практика, конституирующая то или иное событие). Анализ особенностей восприятия/интерпретации репрезентаций аудиторией. Схемы анализа медиа-репрезентаций: схемы и логики исследовательских вопросов.

### ***Тема 23***

#### ***Понятие массовой коммуникации. Основные признаки «старых» и «новых» медиа в современном обществе***

Основные теоретические подходы к исследованию масс-медиа в современных социальных науках. Понятие «массовая коммуникация» (масс-медиа). «Старые» медиа: средства, систематически распространяющие сообщения среди численно больших рассредоточенных аудиторий с целью воздействия на оценки, мнения и поведение людей, массовое распространение символических материалов через технологические устройства. «Новые» медиа: новые формы и каналы распространения информации, изменение направленности коммуникации, ускорение, делоколизация коммуникации, новая свобода и новый контроль.

### ***Тема 24***

#### ***Этапы развития медиа- исследований. Возможности применения социологических методов для исследования СМК.***

История развития медиа-исследований (media studies), этапы развития, отличающиеся взглядами на силу воздействия масс-медиа, понятие репрезентации, характер аудитории, задачи теории.

Направления анализа: производство медиа продукта, содержание медиа продукта, восприятие/потребление медиа продукта. Возможные фокусы исследования: идеология медиапродукта, производство медиапродуктов, политическая, социальная, экономическая и культурная роль СМИ, воздействие СМИ, особенности репрезентаций, восприятие аудитории.

### ***Тема 25***

#### ***Особенности исследования новостей как СМК***

Особенности телевизионных новостей как особого жанра. Новость трактуется как конструкт, в производстве которого участвует множество различных агентов. Особенности количественного и качественного подходов в исследовании новостей. Возможности исследования новостей количественными и качественными методами

## ***Тема 26***

### ***Политическая коммуникация***

Понятие политической коммуникации: теоретические подходы.

Понятие Р.-Ж. Шварценберга, Л.Пая и др. Анализ прямой зависимости степени развития гражданского общества и открытости политической коммуникации.

Модели политической коммуникации Ж.-М. Коттрэ, К. Сайнне и др. Интерактивные модели политической коммуникации: информационный обмен между политиками и гражданами.

Функции и каналы политической коммуникации. Информационная, регулятивная, функция политической социализации, манипулятивная.

Политическая коммуникация через средства массовой информации; посредством печатных средств (пресса, книги, плакаты и т.д.); электронных средств (радио, телевидения, Интернет и т.д.); через организации (политические партии или группы интересов); неформальные каналы с использованием личных связей.

## ***Тема 27***

### ***Понятие политической кибернетики***

Определение политической кибернетики. Макромодель Истона. Базовые категории теоретической модели политической коммуникации Д. Истона: 1) политическая система; 2) среда; 3) реакция системы на воздействие среды; 4) обратная связь, или воздействие системы на среду.

Подход Дойча. Понимание политики посредством кибернетического саморегулирования. Четыре блока политической системы К. Дойча, связанные с различными фазами прохождения информационно-коммуникативных потоков: 1) получение и отбор информации; 2) обработка и оценка информации; 3) принятие решений, и наконец, 4) осуществление решений с обратной связью.

## ***Тема 28***

### ***Основные модели социологии коммуникации***

Классические общенаучные модели коммуникации (от структурализма и семиотики до постмодернистских теорий), их применимость к анализу современных коммуникативных процессов. Потребность в модели коммуникации, учитывающей новый социальный контекст. Множественность моделей коммуникации в социальных науках. Основные парадигмы социологических исследований социальной коммуникации.

Роль и значение массовой коммуникации в современном мире. Основные модели социологии массовой коммуникации. Социология эффектов массовой коммуникации. Концепции опосредованного влияния массовой коммуникации, общая характеристика современного этапа изучения эффектов массовой коммуникации. Структурно-функциональная традиция анализа массовой коммуникации. Критическая традиция анализа массовой коммуникации (Франкфуртская школа, Cultural Studies). Методологические проблемы исследования медиатекстов. Методологические аспекты исследования аудитории и медиапотребления. Классические подходы к анализу аудитории и медиапотребления, границы их применимости для анализа современного общества. Теории «активной» аудитории 80-х годов. Дискуссии в рамках Cultural Studies о соотношении текстуального анализа и рецептивных практик при изучении процессов массовой коммуникации.

### ***Тема 29***

#### ***Актуальные проблемы исследования коммуникативных процессов***

Актуализация понятия коммуникации в социальных науках. Изменение парадигмы коммуникации в современных социальных исследованиях. Коммуникативные механизмы в информационном обществе. Коммуникация в условиях глобализации. Опосредование коммуникативных процессов новейшими информационно-коммуникативными технологиями. «Визуальный поворот» и проблема опосредованности коммуникации. Новые медиа и изменение современного коммуникативного пространства. Интерактивный характер коммуникации, новые каналы и возможности коммуникации. Возможность одновременной коммуникации больших групп. Push-медиа и pull-медиа, коммуникация по принципу «от одного ко многим» и «от многих ко многим». Интернет как коммуникативный медиум. Позитивные и негативные аспекты электронной коммуникации.

Интерактивные масс-медиа и критика моделей эффектов массовой коммуникации. Проблемы исследования медиатекстов в поле интерактивных медиа и мультимедиа. Проблема исследования трансмедиальности. Исследование медиапотребления в поле новых медиа. Конвергенция производства и потребления, ее значение для понимания новых медиа. Сложности определения аудитории новых медиа. Изучение практик использования новых медиа.

## **Тема 30**

### ***Типология и специфика исследования «новых» медиа***

Новые медиа: концептуальные характеристики. Ключевые взаимосвязанные признаки: конвергенция, цифровизация (дигитализация), интерактивность, принадлежность медиаресурсов сетевому пространству. Новые медиа и социум. Процесс медиатизации социальной жизни. Мультифункциональные «гаджеты» в повседневных практиках, интеграция «новых» медиа в повседневность. Конвергенция «старых» и «новых» медиа. Новые медиа и изменения коммуникативного пространства. Интерактивный характер коммуникации, особенности коммуникации в виртуальной среде. Типология новых медиа. Цифровое кодирование данных, появление цифровых систем хранения и передачи данных. Особенности Интернета как типа масс-медиа. Web 2.0 как социокультурная и медийная парадигма.

Подходы к изучению новых медиа в гуманитарном и социальном знании. Исследования новых медиа, основные этапы, тенденции развития и дискуссии: *Cuberculture Studies*, *New Media Studies*, *Media Studies 2.0*. Институционализация исследований новых медиа. Новые медиа как ресурс исследования социальной реальности. Интернет как исследовательский инструмент. Проблемы исследования медиатекстов, возможности и ограниченности традиционных методов текстуального анализа в изучении новых медиа. Проблема исследования трансмедиальности. Специфика исследования медиапотребления и аудитории «новых» медиа. Теории «активной» аудитории 80-х годов, их значение для понимания новых медиа. Феномен просьюмеризма. Система медиа-дистрибуции как объект социологического анализа. Изучение практик использования новых медиа.

## **Тема 31**

### ***Visual Studies как исследовательская парадигма***

«Визуальный поворот» в гуманитарных и социальных науках. Традиции исследования визуальности и их использование в современных визуальных исследованиях (Г.Зиммель, В. Беньямин, З Кракауэр и др.). *Visual Studies* как междисциплинарное исследовательское направление, множественность используемых теоретических подходов (от семиотики и психоанализа до критической теории и социальной антропологии). Ведущие исследователи, работающие в парадигме «визуальных исследований» (Дж. Элкинс, У.Т.Дж.Митчелл, Н. Мирзоефф и др.). Близость «визуальных исследований»

социологии (в европейском понимании), качественным методам, ориентированным на социологию культуры (Дж.Волф).

Визуальная культура как доминирующая культурная форма. Визуальные практики и повседневность. Предметное поле и проблемы «визуальных исследований»: идеология и массовые коммуникации, политики репрезентации в современной культуре, визуальность и городское пространство, визуальные практики в обществе потребления и др. «Видение», «визуальность», «режим зрения» как базовые категории «визуальных исследований». Изучение социальной истории взгляда и практик видения. Визуальный образ как «социальный текст».

Visual Studies и визуальная социология. Визуальная социология как направление социологии, изучающее социальные и культурные явления сквозь призму визуальных образов и репрезентаций (фотографий, фильмов, рекламы и пр.). Визуальные источники как дополнительный ресурс и как основной объект и сюжет социологических исследований.

Институционализация Visual Studies и визуальной социологии на Западе. Международные ассоциации и журналы по визуальной социологии.

## ***Тема 32***

### ***Фотография и кино в социальных исследованиях***

Специфика фотографии как типа медиа (В.Беньямин, Р.Барт, С.Зогнтаг и др.). Проблема идентичности фотографии (различие между «природным» и «культурным», реальным и репрезентацией, правдой и фальсификацией). Фотография как объект социологического исследования (с 1970-х). Фотография как социальный текст. Фотографические практики как объект социологического исследования (П.Бурдьё и др.). Фотография как вспомогательный инструмент в социологическом исследовании.

Кино как источник социологического исследования. Опыты социологического анализа художественных фильмов. Фильм как социальный текст, связанный с внефильмической реальностью, как особый способ высказывания, подчиненный исторически сложившимся и культурно обусловленным правилам. Этнографическое и документальное кино. Видеокамера как исследовательский инструмент.

### **Тема 33**

#### ***Реконцептуализация общества в современных социальных теориях: основные направления критики***

Ревизия концепта «общество». Возобновление дискуссии Э. Дюркгейма и Г. Тарда о сущности общественного в современной социальной философии. «Декомпозиция идеи общества» (Турен): критика объективности, целостности, взаимосвязанности и стабильности как отличительных особенностей общества. Реинтерпретация социальных связей и образуемой ими социальности: прерывистость, изменчивость, кратковременность и ситуативность социального синтаксиса. Расширение пространства социального: human и non-human социальности (Латур). Символические системы как способы производства социального порядка и обозначение границ социальности.

### **Тема 34**

#### ***Психоаналитическая ревизия социального порядка. Либидозная экономика (Ж. Делёз, Ф. Гваттари, С. Жижек)***

Критика рационализма социального порядка. Шизоанализ (Делез, Гваттари) как способ проблематизации социальной жизни и критика капитализма. Либидозная экономика как механизм производства желаний (Делез, Гваттари, Жижек). Фантазмы как способы структурирования социального пространства. Роль медиа в производстве фантазмов (Жижек).

### **Тема 35**

#### ***Визуальный поворот в социальных науках. Визуальное как поле культурного производства (Н. Мирзоефф, Дж. Крэри, В. Дж. Т. Митчелл)***

Визуальный поворот в социальных науках (Митчелл, 1992 'Pictorial Turn') как интеллектуальная реакция на изменение статуса визуальных изображений в социальной жизни. Н. Мирзоефф: «визуальное - больше не является формой существования культурных смыслов, это поле производства культурных смыслов». Увеличение значения визуального в «обществе спектакля» (Дебор) и «дисциплинарном обществе» (Фуко), «медиа обществе» (Луман). Видение как социальный и исторический процесс (Крэри): конвенциональность видения. Основные направления исследования: визуальное как новая lingua franca (Митчелл), множественность логик и языков визуального (Элкинс). Критика визуального поворота и ревизия визуальной центричности социального мира.



### **Тема 36**

#### ***Пространственный поворот в социальных науках. Логика социального производства пространства. (А. Лефевр, М. Де Серто, Н. Трифт)***

Кризис когнитивистского восприятия социальности и увеличение пространственной чувствительности социальных наук. Социальная жизнь как телесно воплощенная и пространственно локализованная. Пространство как социальный конструкт (Лефевр). Включенность пространства в логику социального производства: капиталистическое и некапиталистическое пространство. Виды пространства (Лефевр). Пространство как механизм реализации власти и социального сопротивления (Де Серто, Скотт): стратегии и тактики. Роль агентов в производстве пространства – ревизия метасхем (Трифт, Ларсен).

### **Тема 37**

#### ***Телесный поворот: от тела без органов к органам без тела (Ж. Делез, С. Жижек, Стеларк)***

Тело как социальный проект: критическая ревизия телесности. Причины увеличения внимания к телесности (политические, экономические, эстетические, эмоциональные изменения). Метафоры «Тело как целостность», «тело без органов» (Делез, Гваттари), «органы без тела» (Жижек, Стеларк) как способы концептуализации телесности и типов социальных отношений. Тело и границы социального (Агамбен, Харавей). Тело: производство идентичности (Харавей) и социальности (Бодрийяр). Эмоциональная жизнь и телесность (Дебор).

### **РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА**

1. Агамбен Дж. Homo Sacer <http://simulacres.by.ru/texts/ztk/agamben.htm>
2. Американская социологическая мысль М.: МГУ, 1994.
3. Абельс Х. Интеракция, идентификация, презентация. Введение в интерпретативную социологию. СПб.: Алетейя, 1999.
4. Бакулев Г.П. Массовая коммуникация: западные теории и концепции: учеб. пособие для студентов вузов. М.: Аспект Пресс, 2005.
5. Батыгин Г. С. Лекции по методологии социологических исследований. М.: Аспект-Пресс, 1998.
6. Бауман З. Мыслить социологически. М.: Аспект\_Пресс, 1996.
7. Бредшоу П. СМИ XXI века.  
URL: [http://habrahabr.ru/blogs/mass\\_media/55035/Засурский Я.Н. Информационное общество и СМИ // Медиаскоп. 20.09.2006](http://habrahabr.ru/blogs/mass_media/55035/Засурский_Я.Н._Информационное_общество_и_СМИ_//_Медиаскоп._20.09.2006)
8. Бодрийяр Ж. Символический обмен и смерть. М., 2000.
9. Бутенко И. А. Прикладная социология: наука и искусство. М.: Анкия, 1999.
10. Волков В., Хархордин О. Теория практик. СПб., 2008.

11. Галкин Д. Новые медиа. URL: [http://mirslovarei.com/content\\_soc/NOVYE-MEDIA-11061.html](http://mirslovarei.com/content_soc/NOVYE-MEDIA-11061.html).
12. Гофман А. Б. Семь лекций по истории социологии. М., 1995.
13. Готлиб А. С. Введение в социологическое исследование: качественный и количественный подходы. Методология. Исследовательские практики. М.: Флинта, 2005.
14. Готлиб А. С. Качественное социологическое исследование: познавательные и экзистенциальные горизонты. Самара: Универс-групп, 2004.
15. Громов И., Мацкевич А., Семенов В. Западная теоретическая социология. СПб: Ольга, 1996.
16. Дебор Г. Общество спектакля. М., 2000.
17. Девятко И. Ф. Методы социологического исследования. Екатеринбург: Уральский университет, 1998.
18. Девятко И. Ф. Диагностическая процедура в социологии. М.: Наука, 1993.
19. Делез Ж., Гваттари Ф. Анти-Эдип. Капитализм и шизофрения. Екатеринбург. 2008.
20. Делез Ж., Гваттари Ф. Тысяча плато. М., 2010.
21. Дюркгейм Э. О разделении общественного труда. Метод социологии. М.: Наука, 1991.
22. Жижек С. Добро пожаловать в пустыню Реального. М., 2002
23. Жижек С. Тринадцать опытов о Ленине. М., 2006.
24. Зиммель Г. Из «Экскурса о социологии чувств»//Новое литературное обозрение. 2000. №43.
25. Интернет и интерактивные медиа – исследования / Под ред. И.Засурского. В 2-х ч. М.: Изд-во МГУ, 2007.
26. Ионин Л. Г. Философия и методология эмпирической социологии. М.: ГУ ВШЭ, 2004.
27. История социологии в западной Европе и США. М.: Норма-Информ, 1999.
28. Квале С. Исследовательское интервью. М.: Смысл, 2003.
29. Ковалев Е. М. , Штейнберг И. Е. Качественные методы в полевых исследованиях. М.: Логос, 1999.
30. Кольцова О. Материалы по курсу «Социология коммуникации» (распечатка)
31. Контексты современности –2. Казань: Казанский госуниверситет, 1998.
32. Круткин Л. Антропологический смысл фотографий семейного альбома// Журнал социологии и социальной антропологии. 2005. Т. 8. № 1. С. 171-178.
33. Круткин В.Л. Пьер Бурдьё: Фотография как средство и индекс социальной интеграции // Вестник Удмуртского университета (Социология и философия). 2006. №3. С. 40-55.
34. Крыштановский А. О. Анализ социологических данных М.: ГУ ВШЭ, 2006.
35. Мещеркина Е. Субъектив камеры// Интер. №4(2007).
36. Монсон П. Лодка на аллеях парка. Введение в социологию. М.: Весь мир, 1995.
37. Моин В. Б. Асимметрия приписывания в социологических опросах СоцИс, 1991, №5..
38. Латур Б. Где недостающая масса? Социология одной двери // НЗ. 2004, №2.
39. Назаров М.М. Массовая коммуникация в современном мире: методология анализа и практика исследований. Москва, УРСС, 2002.
40. Романов П. В. Социологические интерпретации менеджмента. Саратов: СГТУ, 2000.

41. Семенова В.В. Качественные методы: введение в гуманистическую социологию. М.: Добросвет, 1998.
42. Сергеев Е.Ю. Средства массовой коммуникации в условиях глобализации (распечатка).
43. Смелзер Н. Дж. Социология. М. 1994.
44. Соколова Н.Л. Соколова Н.Л. Популярная культура Web 2.0: к картографии современного медиаландшафта. Самара: Изд-во «Самарский университет», 2009. С.21-30.
45. Социально-трудовые отношения: состояние и тенденции развития в России. Материалы научной конференции. Самара, 1999.
46. Становление трудовых отношений в постсоветской России. М.: Академический проект, 2004.
47. Татарова Г. Г. Методы анализа данных в социологии. М.: Стратегия, 1998.
48. Темницкий А. Л. Учебное исследование по эмпирической социологии. М.: МГИМО, 2003.
49. Толстова Ю. Измерение в социологии. М.: Инфра- М, 1998.
50. Трифт Н., Амин Э. Внятность повседневного города // Логос. 2002. №2-3.
51. Федотова Л. Н. Анализ содержания – социологический метод изучения средств массовой коммуникации. М.: Научный мир, 2001.
52. Усманова А. Повторение и различие, или «Еще раз про любовь» в советском и постсоветском кинематографе // Новое литературное обозрение. 2004. №69.
53. Усманова А. Визуальные исследования как исследовательская парадигма. <http://viscult.ehu.lt/article.php?id=108>
54. Усманова А.Р. Между искусством и социологией: о предмете и методе "визуальных исследований" // Визуальные аспекты культуры - 2006 : сб. науч. ст. / под ред. В. Л. Круткина, Т. А. Власовой. Ижевск: ГОУВПО "Удм. гос. ун-т", 2006. С .10-20.
55. Федотова Л. Н. Социология массовой коммуникации. — Санкт-Петербург: 2003.
56. Фурс В. Парадигма критической теории в современной философии: Попытка экспликации // Логос. 2001. №2-3.
57. Харавей Д. Манифест киборгов.
58. Черных А. Мир современных медиа. – М.: Изд.дом «Территория будущего», 2007.
59. Черных А. Социология массовых коммуникаций. Гос.ун-т – Высшая школа экономики. – М. Изд.дом ГУВШЭ, 2008
60. Шюц А. Избранное: Мир, светящийся смыслом. М.: РОССПЭН, 2004.
61. Штомпка П. Визуальная социология. Фотография как метод исследования: учебник / пер. с польск. Н.В. Морозовой, авт. вступ. ст. Н.Е. Покровский. – М.: Логос, 2007. – 168 с.
62. Экономика труда и социально-трудовые отношения /Под. ред. Г.Г. Меликьяна, Р. П. Колосовой. М.: МГУ, ЧеРо, 1996.
63. Экспертные оценки в социологических исследованиях. Киев: Наукова Думка, 1990.
64. Ядов В. А. Стратегия социологического исследования. М.: Добросвет, 1998.
65. Merrifield A. H. Lefebvre: Socialist in Space // Thinking Spatially. 2002.
66. Mirzoeff N. Introduction to Visual Culture. 2000.

Учебное издание

**МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВАНИЯ  
СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО АНАЛИЗА КОММУНИКАЦИЙ**

*Программа итогового государственного экзамена*

Составитель А.С. Готлиб

Публикуется в авторской редакции  
Титульное редактирование *Т. И. Кузнецовой*  
Компьютерная верстка, макет *Н. П. Бариновой*

Подписано в печать 12.03.2014. Формат 60x84/16. Бумага офсетная. Печать оперативная.  
Усл.-печ. л. 1,16; уч.-изд. л. 1,25. Гарнитура Times. Тираж 100 экз. Заказ № 2455.  
Издательство «Самарский университет», 443011, г. Самара, ул. Акад. Павлова, 1.  
Тел. 8 (846) 334-54-23  
Отпечатано на УОП СамГУ