

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧ-  
РЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ

«САМАРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Социологический факультет

Кафедра социологии и политологии

## **СОЦИОЛОГИЯ НОВЫХ МЕДИА**

*Программа государственного экзамена для магистрантов  
по направлению 040100.68 «Социология»*

Самара  
Издательство «Самарский университет»  
2014

УДК 301  
ББК 60.5

Рецензент проф. А. С. Готлиб

Отв. редактор проф. В. Я. Мачнев

**Социология новых медиа:** Программа государственного экзамена для магистрантов по направлению 040100.68 «Социология» / сост. И. А. Носков, О. А. Малаканова; отв. ред. В.Я. Мачнев. – Самара: Изд-во «Самарский университет», 2014. – 16 с.

Программа итогового государственного экзамена «Социология новых медиа» ориентирована на оценку качества и системности сформированности у магистрантов теоретических знаний в сфере социального анализа новых медиа (концептуальных характеристик и типологии новых медиа, а также вызванных ими изменений коммуникативного пространства) и практических навыков в разработке и реализации программы социологического исследования интернет-среды и интернет-объектов, а также различных видов медиатекстов.

Предназначена для магистров, обучающихся по профессиональной программе «Социальная аналитика новых медиа».

УДК 301  
ББК 60.5

© Носков И.А., Малаканова О.А.,  
составление, 2014  
© Самарский государственный  
университет, 2014  
© Оформление. Издательство  
«Самарский университет», 2014

## **Тема 1. Социальное познание в системе познавательной деятельности.**

### **Специфика социального знания, принципы и методы социального познания**

Современная наука: направления, концепции, системы научного знания понятийный тезаурус. Основные уровни научной теории: эмпирически-прикладной (новые запросы практики, идеализированный объект исследования), теоретический (массив теоретических знаний, образующий новые положения об изучаемом объекте), методологический, их единство. Теория и методология в социологии: общее и особенное. Методология социологии как система целей, принципов, задач, методов. Цели, принципы и методы исследования: общее и особенное. Связь методологии с исторической эпохой и национальной культурой.

Специфика объекта и предмета социального познания. Социология и ее парадигмальные ориентации.

Уровни социального знания: практическое и теоретическое знание. Формы укоренения практического знания в культуре – остенсивное знание, императивное знание, аксиологическое знание. Теоретическое (научное) социальное знание. Аксиологичность, историчность (актуальность), идиографичность социального знания. Проблема истинности социального знания. Понимание в системе социального познания.

## **Тема 2. Полипарадигмальность современной социологии.**

### **Понятия «методология», «парадигма». Общая характеристика современных парадигм в социологии**

Концепции кризиса в социологии. Понятие парадигмы в социологии: позиция Т. Куна, Д. Ритцера. Типология парадигм по Д. Ритцеру. Парадигмы социальных фактов и социальных дефиниций. Парадигмы эмпирической социологии. Возможности сочетания парадигм в одном исследовательском цикле: теоретические подходы. Последовательное и параллельное сочетание парадигм в одном исследовательском цикле. Опыт сочетания парадигм в западной и российской социологии.

## **Тема 3. Активистская методология в социологии.**

### **Метод интервенции А. Турена**

Предпосылки становления активистской методологии социологического исследования. Природа социальной реальности в методологии активистского социологического исследования. «Практический поворот» в гуманитарных науках как характеристика интеллектуального климата второй половины XX века. Кризис классической методологии как предпосылка активистской методологии. Возвращение «действующего лица» как индивида и общественного движения. Проблемы создания искусственных групп интервенции в рамках

метода интервенции (А. Турен). Социологическая интервенция А. Турена как метод активистского исследования. Роли и этапы осуществления социологической интервенции. Специфика социологического исследования типа action research. Опыт его использования в феминистских исследованиях. «Драматическая социология» А.Н. Алексеева как опыт активистского исследования. Характер отношений «интервьюер-информант» в активистских исследованиях.

#### **Тема 4. Основные идеи публичного проекта социологии. Виды публичных социологий**

Публичность социологии как форма воплощения новой функции социологии в эпоху постмодерна. Публичность и гражданское общество. Публичность и конкретный человек. Публичность и власть. Позиция социолога в публичной социологии. Структура и формы публичности. Основные условия реализации проекта публичной социологии. Проблема семантических ножниц между языком повседневного общения людей и языком социологической науки, способы ее преодоления.

#### **Тема 5. Типы классического исследования. Программа социологического исследования. Измерение в социологии: особенности и типы шкал**

Основные черты количественного подхода в социологическом исследовании: ориентация на познание социальных законов, эмпирическая проверка теории и применение математической статистики для доказательства выводов, объективность и достоверность знания.

Этапы организации классического социологического исследования, разработка программы как необходимый этап организации. Теоретико-методологическая и процедурная части программы. Обоснование проблемы, разработка цели, и задач, определение предмета и объекта исследования как этапы разработки теоретико-методологической части программы. Системный анализ объекта исследования, теоретическая и эмпирическая интерпретация основных понятий, выдвижение гипотез как элементы теоретико-методологической части программы. Структура процедурной части программы.

Критерии типологизации классических социологических исследований. Основные черты фундаментального социологического исследования, этапы его организации, логика получения выводов. Особенности прикладного социологического исследования, логика (этапы) его организации, специфика программы исследования. Понятие квазифундаментального исследования. Разведывательное исследование, его назначение в исследовательском процессе.

## **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.

## **Тема 7. 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 8. 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 9. Новые медиа как объект социологического исследования. Социология Интернета**

Новые медиа как объект социологических исследований. Типология новых медиа. Опыт зарубежных и отечественных исследований (М. Кастелльса, Л.М. Земляной, Е.Л. Варгановой, Л.Г. Свитич, Г.В. Лазутиной, Е.Е. Прониной и др.). Понятия «медиаисследования», «медиаизмерения», «медиаанализа». Междисциплинарные основы медиаисследований. Социологический взгляд на медиаисследования. Структура, этапы, методология, методики социологических исследований новых медиа.

## **Тема 10. Медиа текст как предмет социологического анализа**

Медиа текст как предмет анализа. Сущность понятия «медиа текст». Основные характеристики медиатекста. Типы медиатекстов.

Количественный (контент-анализ) и качественный (дискурс-анализ) анализ медиа-текстов. Визуальный анализ медиа-текстов.

## **Тема 11. Особенности социологических исследований новых медиа. Этические проблемы**

Новые подходы к исследовательскому инструментарию: визуализация, интерактивность, игровые элементы. Использование возможностей rich media в инструментарию для онлайн опросов: интеграция имиджей, звуков, видео. Технологии drag-and-drop, слайдеры, визуальные шкалы для измерения эмоций, вопросы типа puzzle, «разговор с брендом». Инструменты для тестирования веб-сайтов и креатива.

Международные стандарты качества в области исследований с использованием Интернет. Инструменты верификации персональных данных и проверки достоверности информации: уникальные ссылки на опрос, методики программного контроля качества, оценка ответов на открытые вопросы, особенности выбраковки анкет с сомнительной достоверностью. Особенности построения онлайн выборки и обеспечения их качества. Этика исследований в киберпространстве.

Этические аспекты медиаисследований. Кодексы профессионального поведения и этики исследователей и аналитиков: международные кодексы, российские кодексы. Основные принципы профессиональной деятельности: честность, объективность, уважение прав личности, добросовестная конкуренция, высокие исследовательские стандарты, открытость. Основные положения: обязанности по отношению к информантам (респондентам), отношения с общественностью и деловыми кругами, взаимные обязанности заказчиков, респондентов и исследователей.

## **Тема 12. Понятие коммуникации в социальных науках Множественность моделей массовой коммуникации в социальных науках**

Актуализация понятия коммуникации в социальных науках. Изменение парадигмы коммуникации в современных социальных исследованиях. Теория коммуникации как способ исследования общества. 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 массовой коммуникации в социальных науках. Классические модели массовой коммуникации, их применимость к анализу современных коммуникативных процессов.

## **Тема 13. Социология эффектов массовой коммуникации. Проблемы анализа коммуникативных особенностей современных масс-медиа**

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. Достоинства и недостатки базовых моделей, потребность в модели коммуникации, учитывающей новый социальный контекст, особенности пространства-времени, социокультурные процессы и т.д.

## **Тема 14. Новые медиа и изменение коммуникативного пространства**

Коммуникативные механизмы в информационном обществе. Виртуализации коммуникативных отношений. Интернет как коммуникативный медиум. Особенности современного этапа изучения эффектов массовой коммуникации. Методологические проблемы исследования медиатекстов, проблемы исследования медиатекстов в поле интерактивных медиа и мультимедиа. Классические подходы к анализу аудитории и медиапотребления, границы их применимости; подходы к исследованию аудитории и медиапотребления в современной социальной науке. Медиапотребление в поле новых медиа.

## **Тема 15. Критические теории новых медиа**

Идея критической теории в социально-гуманитарном знании, исторические тенденции развития критической теории. Критическая теория Франкфуртской школы: интерпретация «массового общества» и массовой коммуникации. Масс-медиа и сфера публичного: Ю. Хабермас. Полемика Хабермаса и Фуко и трансформация коммуникативной парадигмы социальной критики. «Постхабермасианство», «философия автономии» К. Кастиориадиса, постмарксизм Э. Лакло и Ш. Муфф, концепции Ж. Лакана и С. Жижекса, Ф. Джеймисона для критического анализа новых медиа. Первые исследователи: М. Постер, Д. Келлнер. Канадская традиция. Теории «виртуального класса» (А. Крокер, М. Вайнштейн), нового мирового порядка (А. Барт, Я. Зодерквист). От анализа «киберпространства» и «киберкультуры» (Д. Белл, Дж. Стерн) к критической теории новых медиа (С. Фьючс, М. Андреевич). Дискуссия о трансформации дисциплинарного общества в условиях интерактивности новых медиа (К. Джеррет и др.). Партиципаторные концепции новых медиа (Г. Дженкинс, Дж. Хартли), их критика; бизнес-манифесты Web 2.0 (Д. Тапскотт, Э. Уильямс), их критика. Концепции «социального производства» (М. Кастельс, Й. Бенклер) и «этичной экономики» (А. Арвидсон, Н. Пейтерсон), их критика.

## **Тема 16. Новые информационные технологии как основа для концептуальных построений**

Идея креативных индустрий, цифровой экономики как экономики «дарения» (Д. Ритцер и др.). Неомарксистские теории «когнитивного капитализма» (П. Вирно, М. Лаззарато, Т. Терранова, А. Горц и др.). Идея нематериального труда, идея «свободного труда» (Т. Терранова) и обсуждение проблемы эксплуатации. Проблема власти и контроля (надзора) в «цифровом обществе» (М. Андреевич, Д. Лайэн, М.Т. Мэтисен, М. Постер), дискуссия о специфике «цифрового надзора» и необходимости корректировки классических теорий контроля (М. Фуко, Э. Гидденс). Новые медиа в ракурсе феминистской критики. Рефлексия новых медиа в парадигме Visual Studies. Новые медиа и постколониальные исследования. Проблема «цифрового колониализма». Критические исследования и программы New Media Studies (К. Бэссет), «медиаисследований 2.0» (Д. Гонтлет). Идея «критических медиа-исследований 2.0» (М. Андреевич).

## **Тема 17. Концептуальные характеристики новых медиа**

Новые медиа: концептуальные характеристики (Л. Манович, С. Левингстоун, Дж. Доуви, Х.У. Кеннеди и др.). Danah Boyd Новое в новых медиа, ключевые взаимосвязанные признаки: конвергенция, дигитализация, интерактивность, принадлежность медиаресурсов сетевому пространству. Описание,



типология и классификация новых (в том числе конвергентных масс-медиа): опыт зарубежных и отечественных исследований. Новые медиа и социум. Процесс медиатизации социальной жизни. Мультифункциональные «гаджеты» в повседневных практиках, интеграция «новых» медиа в повседневность. Феномен комплиментарности «новых» медиа. Новые медиа как технологии и культурные формы. Конвергенция «старых» и «новых» медиа. Новые медиа и изменения коммуникативного пространства. Интерактивный характер коммуникации. Особенности коммуникации в виртуальной среде.

### **Тема 18. Типология новых медиа**

Цифровое кодирование данных, появление цифровых систем хранения и передачи данных. Цифровизация традиционных медиа. Особенности Интернета как типа масс-медиа. Web 2.0 как социокультурная и медийная парадигма. Блоггинг и социальные сети. Аудитория социальных медиа. Информационная роль социальных интернет-сетей и их место в информационной системе. Социальные сети как СМИ: Классические исследования социальных сетей (Я.Л. Морено, М. Грановеттер, С. Милгрэм и др.). Формирование сетевых сообществ. Влияние новых медиа на социальные сети. Новые медиа как среды формирования и поддержки виртуальных социальных сетей. Аудитории виртуальных социальных сетей и блогосферы. Взаимовлияние повестки дня блогосферы и повестки дня классических СМИ. Мобильная телефония, социокультурные следствия использования мобильной связи, функции мобильных телефонов за пределами связи. Компьютерные и онлайн-игры как феномен новых медиа, компьютерные игры и повседневность. Культурные практики потребителей вокруг компьютерных игр. Новые медиа и практики медиа-арта, net-арта. Медиаконвергенция и конвергентные медиа. Социальные аспекты медиаконвергенции. Специфика аудитории конвергентных масс-медиа. Гражданские медиа; контент, произведенный пользователями (user generated content); специфика дистрибуции. Конвергентные масс-медиа и трансформация масс-медиа как социального института. Трансмедиа как феномен «цифровой» эпохи.

### **Тема 19. Подходы к изучению новых медиа в гуманитарном и социальном знании**

Исследования новых медиа, основные этапы, тенденции развития и дискуссии. Исследование киберпространства, киберкультуры и «цифровой культуры» (Д. Белл, Дж. Стерн, М. Кастельс и др.). Направления изучения виртуальных сообществ (П. Коллок, Г. Рейнгольд, Б. Узлман, Д. Боуд, С. Фьючс). New Media Studies (К. Бэссет), Cultural Software Studies (Л. Манович), Media Studies 2.0 (Д. Гонтлет, М. Андреевич). Институционализация исследований новых медиа, основные исследовательские центры.

## **Тема 20. Антропологический подход к исследованию новых медиа**

Особенности антропологического взгляда на человека и общество. Специфика антропологического исследования. Современные исследования в области антропологии масс-медиа, их институционализация. Дискуссионные проблемы антропологии новых медиа и Интернета (С.М. Вильсон, Л.К. Петерсон, Э. Эскойбер и др.). Особенности антропологического подхода к изучению Интернета. Интернет и повседневность. Характеристики «цифрового поколения» (digital natives, digital nation, net generation). Проблема идентичности в ситуации «цифрового опосредования». Интернет, медиаконвергенция, кросс-медиа; от «культуры экрана» к мультимедийному «цифровому» окружению. Характеристики «виртуальной личности». Антропологический анализ онлайн-новых игр. Антропология человека «лайкающего». Антропология виртуального потребления. Антропологические исследования Рунета (Е. Горных, А. Мирошниченко. Л. Нургалева и др.).

## **Тема 21. Особенности использования новых ИКТ в рекламе и маркетинге**

Маркетинговые коммуникации как элемент комплекса маркетинга. Концепции маркетинговых коммуникаций. Особенности новых информационно-коммуникативных коммуникаций, возможности их применения в рекламе и маркетинге. Интернет как поле и средство маркетинговых коммуникаций. Специфика Интернета как среды маркетингового воздействия. Целевые аудитории маркетингового воздействия через Интернет. Использование блогосферы для построения маркетинговых коммуникаций. Реклама как основной инструмент маркетинговых коммуникаций.

## **Тема 22. Рекламная деятельность в Интернете**

Базовая схема рекламной коммуникации в Интернете. Этапы рекламной кампании и роли в процессе ее планирования и проведения. Фокусировки (таргетинги); изменение стратегий «таргетинга». Жанры и формы онлайн-рекламы. Типы рекламных площадок в Интернете, особенности рекламы в каждом из них; факторы, влияющие на выбор рекламных площадок для кампании. Особенности медийной рекламы на job-сайтах. Социальная реклама в сети Интернет. Особенности онлайн-рекламы на сайтах сетевых СМИ. Прогноз развития рынка онлайн-рекламы. Ограничения рекламы в Интернете. Особенности Интернета как среды и инструмента Public Relations. Вирусный и entertainment-маркетинг. Мобильные технологии маркетинговых коммуникаций, приемы и особенности мобильного маркетинга. Особенности маркетинговых коммуникаций в социальных интернет-сетях и игровых пространствах.

## **Тема 23. Новые медиа-коммуникации в экономике**

«Новый экономический порядок». Отличие информации и знаний от природных, трудовых и технических ресурсов (Т. Стюарт, Т. Сакайя, Н. Штер). Исследования «новой экономики» и новых сфер занятости. Структура «новой экономики». Интернет как рабочее место и как средство заработка: новые профессии и специальность. Выделение «новой занятости», как трудового аспекта «новой экономики» (Д. Ньюмарк, Д. Рид). Понятие занятости в Интернете (или интернет-занятости). Основные примеры интернет-занятости: их специфика, распространенность и темпы роста в современной России. Интернет как средство облегчения работы. «Телеработа». Преимущества и недостатки для работников и работодателей. Сферы распространения «телеработы».

Возможности Интернета как средства поиска работы. Виртуальные кадровые агентства. Потребительское и сберегательное поведение в Интернете. Интернет как новая среда для оказания и распространения финансовых и потребительских услуг. Экономические преступления в сфере информационных технологий. Интернет-преступления и другие «серые» формы деятельности в Интернете. Мошенничество.

## **Тема 24. Интернет и социальные проблемы**

Информационное общество как этап общественного развития. Особенности информационного общества в России.

Социология социальных проблем как отрасль социологического знания. Объективистские подходы к социальным проблемам: Ранние подходы социальной патологии (С. Смит, Ч. Ломброзо) и традиционные подходы: подход социальной дезинтеграции (У. Томас, Ф. Знанецкий), функционалистский подход (Р. Мертон, Р. Нисбет). Понятие «публичных арен», специфика публичных арен в России. Требования к актуализации социальной проблемы. Приемы депроблематизации: сочувствующие и несочувствующие стратегии. Примеры их использования в пространстве Интернет. Стратегии «третьего порядка».

## **Тема 25. Правовые проблемы новых медиа**

Международно-правовые стандарты, законодательство РФ. Регистрация СМИ. Субъекты СМИ и их правовой статус. «Новые СМИ», проблема их правового регулирования. Правовое регулирование интернет-СМИ. Авторское право и интеллектуальная собственность. Правовые аспекты защиты персональных данных. Правовые основы регулирования интернет-СМИ. Особенности юридической ответственности журналистов и редакции интернет-СМИ за правонарушения в Сети. Интернет и авторское право. Информационные процессы в сети как объект правового регулирования. Правовое регули-

рование сетевых СМИ: основные термины. Общие вопросы правового регулирования Интернета. Медийные сайты Рунета и их юридический статус. Юридическая природа сайтов Рунета как одной из разновидностей электронных ресурсов Сети. Сайт как источник информации и как средство информации. Обязательность/необязательность регистрации сайтов Рунета в качестве СМИ. Судебная и административная практика по данным вопросам.

## **Тема 26. Государственная политика в сфере новых медиа**

Особенности государственного управления в XXI в. Понятие «информация» и его роль в современном управлении. Понятие информационно-коммуникативных технологий (ИКТ). Информация. Коммуникация. Особенности коммуникативных и информационных потоков в структурах государственного управления. Классификация информационных систем по технологиям. Создание ИКТ. Жизненный цикл разработки ИКТ. Причины изменения ИКТ в организациях.

Виртуализация общества и государственной власти. Сайты органов государственной власти: формальный и контентный анализ. Новые технологии управления и самоуправления в обществе (блоги, форумы, социальные сети). Электронное правительство: структура, возможности и перспективы развития. «Электронная демократия» и «электронное управление». Информационно-коммуникативная безопасность государственного управления.

## **Тема 27. Политические коммуникации и новые медиа**

Теории и специфика политической коммуникации. Особенности политической коммуникации в интернет-пространстве. СМИ в системе политической коммуникации. Роль электронных средств массовой информации в политической коммуникации. Особенности восприятия и отношение к политическим текстам в СМИ.

Интернет как новая коммуникационная среда и ее качественные и количественные характеристики. Интерактивность и гипертекстуальность как важные характеристики современной политической коммуникации. Функции политических коммуникаций и их увеличение в интернет-среде. Развитие политических проектов в Интернете: российский и зарубежный опыт. Виды политической активности аудитории в Интернете. Оценка политических взглядов аудитории в социальных сетях. Блогосфера в политической коммуникации. Особенности формирования «повестки дня» и политическая проблематика в новых медиа. Особенности социологического анализа политических сайтов и других Интернет-ресурсов.

## Библиографический список

### Основной

1. Ализар А. Размышляя над статьей Пола Грэхема «Web 2.0 – это Ajax, демократия и любовь к юзеру». URL: <http://www.webplanet.ru/news/-internet/2005/12/7/ajaxx.html>.
2. Арон Р. Этапы развития социологической мысли. М., 1993.
3. Бакулев Г.П. Массовая коммуникация: западные теории и концепции: учеб. пособие для студентов вузов. М.: Аспект Пресс, 2005.
4. Батыгин Г. С. Лекции по методологии социологических исследований. М.: Аспект-Пресс, 1998.
5. Бауман З. Мыслить социологически. М.: Аспект-Пресс, 1996.
6. Бауман З. Текучая современность. СПб: Питер, 2008. 240 с. // <http://www.twirpx.com/-file/59246/>
7. Бергер П.Л. Приглашение в социологию: Гуманистическая перспектива. М.: Аспект-Пресс, 1996.
8. Бредшоу П. СМИ XXI века. URL: [http://habrahabr.ru/blogs/-mass\\_media/55035/](http://habrahabr.ru/blogs/-mass_media/55035/)
9. Бурдьё П. Опыт рефлексивной социологии//<http://bourdieu.namc/-bourdieu-opit-refleksivnoi-sociologii>
10. Галкин Д. Новые медиа. URL: [http://mirslovarci.com/content\\_soc/-NOVYE-MEDIA-11061.html](http://mirslovarci.com/content_soc/-NOVYE-MEDIA-11061.html).
11. Гидденс Э. Социология. М: Эдиториал УРСС, 1999.
12. Гидденс Э. Ускользящий мир: как глобализация меняет нашу жизнь/Пер. С англ. М.: Изд-во «Весь мир», 2004.
13. Гидденс Э. Устроение общества. Очерк теории структуризации. 2-е изд. М.: Академический проект, 2005.
14. Гилмор Д. Мы – медиа // Критическая масса. 2006. №3. URL: [www.computerra.ru/think/38241/](http://www.computerra.ru/think/38241/).
15. Готлиб А.С. Введение в социологическое исследование: качественный и количественный подходы. М.: Флинта, 2005, (гриф Минобразования).
16. Жижек С. Добро пожаловать в пустыню Реального. М., 2002.
17. Засурский Я.Н. Информационное общество и СМИ // Медиаскоп. 20.09.2006.
18. Интернет и интерактивные медиа – исследования / под ред. И.Засурского. В 2-х ч. М.: Изд-во МГУ, 2007.
19. Иоскевич Я.Б. Интернет как новая среда художественной культуры // Издательство РИИИ: Санкт-Петербург, 2006.
20. Искусство мультимедиа. Мультимедиа и техника. СПб.: Изд-во СПбГУП, 2010.
21. Кастельс М. Галактика Интернет. Екатеринбург, 2004 <http://filosof.historic.ru/books/item/f00/s01/z0001024/st000.shtml>
22. Кастельс М. Информационная эпоха. М., 2000.
23. Лапин Н.И. Антропосоциетальный подход //Журнал социологии и социальной антропологии, 2006. Т.9. № 3.С 25-42.
24. Лапин Н.И. Общая социология. М.: Высшая школа, 2006.
25. Лессиг Л. Свободная культура / пер. с англ. М.: Прагматика культуры, 2007.
26. Лотман Ю.М. Культура и взрыв. М.: Гнозис, 1992.

27. Лотман Ю.М. О двух моделях коммуникации в культуре // Лотман Ю.М. Избранные статьи. Таллинн, 1992.
28. Маклюэн М. Понимание медиа: внешние расширения человека. М.: «Гиперборей», 2007.
29. Молевич Е.Ф. Общество как система и процесс. Социально-философское введение в социологию. Самара: Изд-во «Самарский университет», 2011.
30. Назаров М.М. Массовая коммуникация и общество: введение в теорию исследования. М.: Либроком, 2010.
31. О'Рейли Т. Движение в новую реальность. URL: [http://www. habr-habr.ru/blog/translations/6747.html](http://www.habr-habr.ru/blog/translations/6747.html).
32. О'Рейли Т. Что такое Веб 2.0 // Компьютерра. 2005. № 37 (609), 38 (610). URL: <http://www.computerra.ru/think/234100>.
33. Панюшева М. Блоги, микроблоги и социальные сети: интернет-коммуникации нового десятилетия. Медиаскоп. 2011. № 2.
34. Ритцер Дж. Современные социологические теории / пер. с англ. СПб., 2002;
35. Сакоян А. Новые медиа: границы явления. [http://www.polit.ru/article/2011/08/05/new\\_media/](http://www.polit.ru/article/2011/08/05/new_media/)
36. Смелзер Н. Социология / пер. с англ.; науч. Ред. В.А, Ядов. М.: Феникс, 1998.
37. Соколова Н.Л. Популярная культура Web 2.0: к картографии современного медиаландшафта. Самара: Изд-во «Самарский университет», 2009.
38. Теория и методология в практиках российских социологов: постсоветские трансформации / отв. ред. Л.А. Козлова; ред.-сост. Н.Я. Мазлумянова, И.А. Шмерлина; Учреждение Рос. акад. наук Институт социологии РАН. М.: Научный мир , 2010.
39. Черных А. Мир современных медиа. М.: Изд-дом «Территория будущего», 2007.
40. Черных А. Социология массовых коммуникаций. Гос.ун-т. Высшая школа экономики. М. Изд-дом ГУВШЭ, 2008.
41. Шлыкова О.В., Феномен мультимедиа. Технологии эпохи культурной культуры. М.: МГУКИ, 2003.
42. Штейнберг И., Шанин Т., Ковалев Е., Левинсон А. Качественные методы. Полевые социологические исследования. СПб.: Алетейя, 2009. 352 с.
43. Штомпка П. Социология социальных изменений / пер. с англ, под ред. В.А. Ядова. М.: Логос, 2007.
44. Эко У. Отсутствующая структура. Введение в семиологию. СПб.: «Симпозиум», 2006.
45. Ядов В.А. Современная социологическая теория как концептуальная база исследования российских трансформаций. СПб.: Интерсоцис, 2009. 138 с.

#### *Дополнительный*

1. Федотова Л. Н. Анализ содержания – социологический метод изучения средств массовой коммуникации. М.: Научный мир, 2001.
2. Батыгин Г.С. Формы воспроизводства и представления социологического знания // Социологические чтения. Вып. 1. М., 1996.
3. Бергер П. Л., Лукман Т. Социальное конструирование реальности. М.: Медиум, 1995.
4. Бехманн Г. Современное общество: общество риска, информационное общество, общество знаний. Пер. с нем. А.Ю. Антоновского и др. М.: Логос, 2010. 248 с.

5. Будон Р. Место беспорядка: Критика теорий социального изменения. М. : Аспект Пресс, 1998. 284 с.
6. Девятко И. Ф. Методы социологического исследования. Екатеринбург: Уральский университет, 1998.
7. Дридзе Т.М. Текстовая деятельность в структуре социальной коммуникации. М., 227 с.// [ru.wikipedia.org/wiki/Дридзе,\\_Тамара\\_Моисеевна](http://ru.wikipedia.org/wiki/Дридзе,_Тамара_Моисеевна)
8. Ионин Л. Г. Философия и методология эмпирической социологии. М.: ГУ ВШЭ, 2004.
9. Квале С. Исследовательское интервью. М.: Смысл, 2003.
10. Миллс Ч.Р. Социологическое воображение. Пер. с англ. О. А. Оберемко. Под общей редакцией и с предисловием Г. С. Батыгина. М.: Издательский Дом NOTA BENE, 2001. 264 с.
11. Семенова В.В. Качественные методы: введение в гуманитарную социологию. М.: Добросвет, 1998.
12. Татарова Г. Г. Методы анализа данных в социологии. М.: Стратегия, 1998.
13. Штомпка П. Теоретическая социология и социологическое воображение [http://www.gumer.info/bibliotek\\_Buks/Sociolog/Article/stomp\\_teosoc.php](http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Sociolog/Article/stomp_teosoc.php)

#### **Интернет ресурсы**

1. <http://www.ecsocman.edu.ru/>
2. <http://www.fom.ru/>
3. <http://www.polit.ru/>
4. <http://magazines.russ.ru/>
5. <http://socioline.ru/>
6. <http://www.levada.ru/>
7. <http://www.isras.ru/socis.html>
8. <http://www.isras.ru/Sociologicalmagazine.html>
9. <http://www.isras.ru/4M.html>
10. <http://sociologica.hse.ru/>
11. <http://sociologos.net/>
12. <http://cisr.ru/>
13. <http://www.regioncentre.ru/>
14. <http://soc.lib.ru/su/>
15. <http://lib.socio.msu.ru/>
16. <http://elibrary.ru/defaultx.asp>
17. <http://www.sociology.ru/>

Учебное издание

## СОЦИОЛОГИЯ НОВЫХ МЕДИА

*Программа государственного экзамена для магистрантов  
по направлению 040100.68 «Социология»*

Составители: И. А. Носков, О. А. Малаканова

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

Подписано в печать 21.02.2014. Формат 60x84/16. Бумага офсетная. Печать оперативная.

Усл.-печ. л. 0,96; уч.-изд. л. 1,0. Гарнитура Times. Тираж 100 экз. Заказ № 2449.

Издательство «Самарский университет», 443011, г. Самара, ул. Акад. Павлова, 1.

Тел. 8 (846) 334-54-23

Отпечатано на УОП СамГУ