

## ТЕМЫ И ЗАДАНИЯ ДЛЯ ПОДГОТОВКИ К СЕМИНАРСКИМ ЗАНЯТИЯМ

**Тема 1. Массовая коммуникация как объект научного анализа. Основные этапы развития социологии массовых коммуникаций как науки.**

1. Массовая коммуникация. Средства массовых коммуникаций.
2. Характеристика массовой и межличностной коммуникации.
3. Генезис массовой коммуникации.
4. Одно- и двухступенчатая модели коммуникации.
5. Формы массовых коммуникаций.

*Термины:* коммуникация, массовая коммуникация, средства массовых коммуникаций, генезис массовой коммуникации, модели коммуникации, формы массовых коммуникаций.

*Выполнить:*

1. Систематизировать и закрепить знания по теме.
2. Темы творческих работ:
  - Понятие массовой и межличностной коммуникации.
  - История становления термина «массовая коммуникация».
  - Генезис массовой коммуникации.
  - Различные подходы к определению форм массовых коммуникаций.

*Литература:* [[2 – С.7-15,21-25,61-64](#); [3 – С.9-11,35-37,38-41,42-45](#); [5 – С.5-17,30-49](#); [6 – С.14-45](#); [8 – С.8-25](#); [9 – С.29-81](#) ]

**Тема 2. Возникновение массовой коммуникации. Основные социологические парадигмы массовой коммуникации.**

1. Объект и предмет социологии массовых коммуникаций.
2. Понятие и сущность массовой коммуникации.
3. Коммуникация и информация в обществе и в жизни биологических организмов.
4. Истоки и основные парадигмы социальной коммуникации. Семиотический методологический подход.

*Термины:* коммуникация, информация, массовая коммуникация, объект социологии массовых коммуникаций, предмет социологии массовых коммуникаций, социальная коммуникация, семиотика.

*Выполнить:*

1. Систематизировать и закрепить знания по теме.
2. Темы творческих работ:
  - Объект и предмет социологии массовых коммуникаций.
  - Сущность массовой коммуникации.
  - Коммуникация и информация в обществе и в жизни биологических организмов.
  - Истоки и основные парадигмы социальной коммуникации.
  - Семиотика в массовой коммуникации.

*Литература:* [[2 – С.16-18,19-20,29-31,43-53](#); [3 – С.12-21,22-34](#); [4 – С.3-12](#); [5 – С.18-29](#); [8 – С.26-45,46-72,82-105](#); [9 – С.9-27,143-180](#) ]

**Тема 3. Средства массовой коммуникации и власть.**

1. Сущность и содержание массовой информации.
2. Информационный продукт и информационные услуги.

### 3. Информационная безопасность.

*Термины:* массовая информация, информационный продукт, информационные услуги, информационная безопасность.

*Выполнить:*

1. Систематизировать и закрепить знания по теме.
2. Темы творческих работ:
  - Сущность и содержание массовой информации.
  - Информационный продукт и информационные услуги.
  - Информационная безопасность.

*Литература:* [[2 – С.81-98](#); [3 – С.46-73,126-130](#); [5 – С.60-64](#) ; [8 – С.106-120](#)]

### **Тема 4. Средства массовой коммуникации как вид бизнеса.**

1. СМК как индустрия. Общая характеристика связей с общественностью как формы массовых коммуникаций в бизнесе.
2. Связи с общественностью в массово-коммуникативной деятельности.

*Термины:* связи с общественностью, бизнес, массово-коммуникативная деятельность.

*Выполнить:*

1. Систематизировать и закрепить знания по теме.
2. Темы творческих работ:
  - Средства массовой коммуникации как вид бизнеса.
  - Связи с общественностью как форма массовых коммуникаций в бизнесе.
  - Связи с общественностью в массово-коммуникативной деятельности.

*Литература:* [[2 – С.81-109](#); [8 – С.152-171](#)]

### **Тема 5. Политическая коммуникация как вид массовой коммуникации.**

1. PR-приемы в политике.
2. Функции PR-служб в политике.
3. Принципы функционирования PR-служб в политике.

*Термины:* политика, PR, функции PR-служб, принципы функционирования PR-служб.

*Выполнить:*

1. Систематизировать и закрепить знания по теме.
2. Темы творческих работ:
  - PR-приемы в политике.
  - Функции PR-служб в политике.
  - Принципы функционирования PR-служб в политике в ЛНР.

*Литература:* [[2 – С.174-184](#); [3 – С.252-275,299-314](#); [5 – С.65-74](#); [8 – С.121-151](#) ]

### **Тема 6. Изучение эффектов воздействия массовой коммуникации.**

1. «Спираль молчания».
2. Эффективность средств массовых коммуникаций.
3. Роль массовых коммуникаций в формировании общественного мнения.

*Термины:* спираль молчания, эффективность, общественное мнение, формирование

общественного мнения.

*Выполнить:*

1. Систематизировать и закрепить знания по теме.
2. Темы творческих работ:
  - «Спираль молчания».
  - Эффективность средств массовых коммуникаций.
  - Роль массовых коммуникаций в формировании общественного мнения.

*Литература:* [[3 – С.161-164,149-160; 6 – С.46;](#) ]

### **Тема 7. Манипулирование как функция средств массовой коммуникации.**

1. Роль массовых коммуникаций в формировании общественного мнения.
2. Регулятивная функция общественного мнения.
3. Формы социального контроля.
4. Пропаганда: субъект, объект пропаганды.
5. Виды пропаганды.

*Термины:* пропаганда, субъект пропаганды, объект пропаганды, социальный контроль.

*Выполнить:*

1. Систематизировать и закрепить знания по теме.
2. Темы творческих работ:
  - Роль массовых коммуникаций в формировании общественного мнения.
  - Регулятивная функция общественного мнения.
  - Формы социального контроля.
  - Пропаганда: субъект, объект пропаганды.
  - Виды пропаганды.

*Литература:* [[3 – С.149-160; 6 – С.24-30,127-145,146-153,284-291,384-392](#)]

### **Тема 8. Реклама в средствах массовой коммуникации.**

1. Реклама как форма массовых коммуникаций.
2. Реклама в средствах массовых коммуникаций.
3. Социальная реклама в средствах массовых коммуникаций.
4. Реклама и PR в политике.
5. Средства массовых коммуникаций и политический лоббизм.

*Термины:* реклама, социальная реклама, средства массовых коммуникаций, PR, политический лоббизм.

*Выполнить:*

1. Систематизировать и закрепить знания по теме.
2. Темы творческих работ:
  - Реклама как форма массовых коммуникаций.
  - Реклама в средствах массовых коммуникаций.
  - Социальная реклама в средствах массовых коммуникаций.
  - Реклама и PR в политике.
  - Средства массовых коммуникаций и политический лоббизм.

*Литература:* [[3 – С.276-278,279-293,294-298](#); [8 – С.172-180](#) ]

### **Тема 9. Медиа-исследования в социологии: типология и методы.**

1. Определение основных понятий и исследовательских категорий аудитории СМК.
2. Технология социологического исследования массовой аудитории.
3. Механизм исследования целевой аудитории.

*Термины:* аудитории СМК, социологическое исследование, технологии социологического исследования, целевая аудитория, исследования целевой аудитории.

*Выполнить:*

1. Систематизировать и закрепить знания по теме.
2. Темы творческих работ:
  - Исследовательские категории аудитории СМК.
  - Технология социологического исследования массовой аудитории.
  - Механизм исследования целевой аудитории.

*Литература:* [[3 – С.318-323,324-328](#); [8 – С.176-191](#)]

### **Тема 10. Коммуникатор и социологические методы его изучения.**

1. Различные виды опросов.
2. Анализ документов. Контент-анализ.
3. Наблюдение как метод изучения коммуникатора.

*Термины:* опрос, телефонный опрос, прессовый опрос, онлайн-опрос, анализ документов, контент-анализ, наблюдение.

*Выполнить:*

3. Систематизировать и закрепить знания по теме.
4. Темы творческих работ:
  - Различные виды опросов.
  - Анализ документов.
  - Контент-анализ.
  - Наблюдение как метод изучения коммуникатора.

*Литература:* [[1 – С.113-124](#); [6 – С.377-383](#); [8 – С.192-238,239-260](#) ]

### **Тема 11. Содержание информации и методика его анализа.**

1. Требования к информации, распространяемой средствами массовой коммуникации.
2. Отбор информации и барьеры ее распространения.
3. Анализ информации.

*Термины:* информация, средства массовой коммуникации, информационные барьеры, анализ информации.

*Выполнить:*

1. Систематизировать и закрепить знания по теме.
2. Темы творческих работ:
  - Требования к информации, распространяемой средствами массовой коммуникации.
  - Отбор информации и барьеры ее распространения.

– Анализ информации.

*Литература:* [ [3 – С.99-105,106-113,114-125](#) ]

**Тема 12. Социологические подходы к изучению основных средств массовой коммуникации: медиа-измерения.**

1. Определение коммуникативного процесса в социологических теориях.
2. Коммуникация массовой культуры.
3. Массовое поведение: анализ в теориях социологии.
4. Этапы воздействия информации на целевую аудиторию.

*Термины:* коммуникативный процесс, массовая культура, массовое поведение, целевая аудитория, информация.

*Выполнить:*

1. Систематизировать и закрепить знания по теме.
2. Темы творческих работ:
  - Определение коммуникативного процесса в социологических теориях.
  - Коммуникация массовой культуры и массовое поведение: анализ в теориях социологии.
  - Воздействие информации на целевую аудиторию.

*Литература:* [ [1 – С.10-10; 2 – С.111-128; 3 – С.10-10; 4 – С.10-10; 5 – С.10-10; 6 – С.10-10; 7 – С.10-10; 8 – С.10-10; 9 – С.10-10](#) ]

**Тема 13. Социологические исследования аудитории.**

1. Аудитория СМК: определение, характеристики, показатели.
2. Исследования аудитории: социальный и маркетинговый подходы.
3. Количественная и качественная методология исследований аудитории.
4. Медиаизмерения — прикладные исследования аудитории СМИ.
5. Прикладные качественные исследования для медиаиндустрии .

*Термины:* аудитория СМК, исследования аудитории, количественная и качественная методология, медиаизмерения, медиаиндустрия.

*Выполнить:*

1. Систематизировать и закрепить знания по теме.
2. Темы творческих работ:
  - Основные характеристики аудитории СМК.
  - Социальный и маркетинговый подходы к исследованию аудитории.
  - Количественная и качественная методология исследований аудитории.
  - Медиаизмерения.
  - Прикладные качественные исследования для медиаиндустрии .

*Литература:* [ [1 – С.12-21,22-36; 5 – С.75-92; 8 – С.328-385](#) ]

**Тема 14. Средства массовой коммуникации и общественное мнение.**

1. Роль массовых коммуникаций в формировании общественного мнения.
2. Выражение общественного мнения.
3. Рейтинг общественного мнения и профессиональные требования к публикации опросов.

*Термины:* общественное мнение, выражение общественного мнения, рейтинг, опрос.

*Выполнить:*

1. Систематизировать и закрепить знания по теме.
2. Темы творческих работ:
  - Роль массовых коммуникаций в формировании общественного мнения.
  - Выражение общественного мнения.
  - Рейтинг общественного мнения и профессиональные требования к публикации опросов.

*Литература:* [ [1 – С.92-111](#); [2 – С.286-313](#); [3 – С.149-174](#) ]

### **Тема 15. Проблема измерения эффектов и эффективности коммуникации.**

1. Традиция исследования эффектов: факторы интереса, зарождение, периодизация.
2. Ранний этап: парадигма «сильных медиа».
3. Второй этап: концепции ограниченных эффектов.
4. Современный этап: многообразие подходов и отсутствие единой позиции.

*Термины:* коммуникация, эффект, эффективность, парадигма «сильных медиа», концепции ограниченных эффектов.

*Выполнить:*

1. Систематизировать и закрепить знания по теме.
2. Темы творческих работ:
  - Исследование эффектов коммуникации: факторы интереса, зарождение, периодизация.
  - Ранний этап: парадигма «сильных медиа».
  - Второй этап: концепции ограниченных эффектов.
  - Современный этап исследования коммуникации.

*Литература:* [ [3 – С.225-228](#); [5 – С.50-59](#) ]

### **Тема 16. Конкретные эмпирические исследования средств массовой коммуникации.**

1. Требования к вопроснику.
2. Способы измерения теле-, радиоаудитории.
3. Роль выборки при изучении аудитории.
4. «Качественные» методики изучения аудитории.

*Термины:* эмпирические исследования, вопросник, телеаудитория, радиоаудитория, выборка, качественные методики.

*Выполнить:*

1. Систематизировать и закрепить знания по теме.
2. Темы творческих работ:
  - Структура вопросника.
  - Измерение теле-, радиоаудитории.
  - Выборки или выборочная совокупность.
  - «Качественные» методики изучения аудитории.

*Литература:* [ [1 – С.22-33,68-92,113-124, 126-135,137-145,146-158](#); [3 – С.195-205,206-224](#); [8 – С.352-358,359-374,375-378,379-385](#) ]