

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.

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.

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.

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.

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](#)]