

МЕТОДОЛОГІЯ СОЦІОЛОГІЇ РЕКЛАМИ ТА КОМУНІКАЦІЙ (питання до самостійного опрацювання)

1. Концепція інформаційно-комунікативного суспільства.
2. Роль та значення масової комунікації в сучасному світі.
3. Глобалізація та локалізація масової комунікації.
4. Структурні складові комунікаційних процесів.
5. Особливості інформаційних процесів в суспільствах традиційного та сучасного типів.
6. Типології сучасних засобів комунікації.
7. Медіацентристський та соціоцентристський підходи в дослідженнях комунікативних процесів.
8. Структурно-функціональна парадигма соціальних наук.
9. Комунікація як соціальна система. Види комунікативних систем.
10. Комунікативні функції на рівні суспільства та на індивідуальному рівні.
11. Структурно-функціональні моделі комунікації (М. де Флюер, Б. Вестлі, М. Маклюен).
12. Можливості та обмеженості структурно-функціонального підходу до дослідження комунікативних процесів.
13. Ідеологія як проблема реалізації влади за посередництвом трансляції цінностей, норм, переконань.
14. Концепція ідеології в працях основоположників марксизму.
15. Роль ЗМІ в марксистській концепції ідеології.
16. Структуралістський підхід в дослідженні ідеології.
17. Масова комунікація та концепції гегемонії.
18. Семіотика як наука. Ф. Соссюр та Ч. С. Пірс як засновники семіології.
19. Комунікація як явище, що пов'язане з утворенням значень.
20. Проблема значення та знаку. Типи та організації знаків.
21. Денотат та коннотат. Структура міфу в семіології.
22. Семіологічний підхід в дослідженні телебачення.
23. Застосування семіотики в практиці вивчення реклами.
24. Засоби масової комунікації як предмет дослідження теоретиків Франкфуртської школи.
25. Масова культура. Засоби масової комунікації і концепції масового суспільства.
26. Критика тенденцій сучасного телебачення.
27. Соціально-економічні тенденції сучасності. Концепція «глобальної деревні».
28. Постмодерні як образ думок. Життєві стратегії та нові культурні форми.
29. Комунікативні процеси та гіперреальність.
30. Принцип свободи преси: минуле та сучасність.
31. Нормативні теорії: типологія взаємовідносин ЗМІ та держави.
32. Роль та призначення ЗМІ в громадянському суспільстві: ідеальна модель та реальна ситуація в сучасному українському суспільстві.
33. Комунікація в контексті глобалізації.
34. Масова комунікація і розвиток.
35. ЗМІ в умовах залежного розвитку.
36. Рух за «новий інформаційний порядок».
37. Концепція «плюралізму світових комунікацій».
38. Масова комунікація в умовах глобалізації.
39. Особливості національної інформаційної інфраструктури.
40. Глобалізація інформаційних процесів.

Литература

1. Абдеев Р. Ф. Философия информационной цивилизации. М., 1994.
2. Борев В. Ю., Коваленко А. В. Культура и массовая коммуникация. М., 1986.
3. Брайант Д., Томпсон С. Основы воздействия СМИ. М.-СПб.-Киев, 2004.
4. Буданцев Ю. П. Системность в изучении массовых информационных процессов. М., 1986.
5. Глобальное сообщество: новая система координат. СПб., 2000.
6. Грушин Б. А. Эффективность массовой информации и пропаганды: понятие и проблемы измерения. М., 1979.
7. Давыдов Ю. Н. Критика социально-философских воззрений франкфуртской школы. М., 1977.
8. Дука С. И. Информационное общество. Социогуманитарные аспекты. СПб., 2004.
9. Егорова Е. П. Социальные коммуникации. СПб., 1996.
10. Землянова Л. М. Зарубежная коммуникативистика в преддверии информационного общества: Толковый словарь терминов и концепций. М., 1999.
11. Кин Дж. Средства массовой информации и демократия. М., 1994.
12. Коробейников В. С. Редакция и аудитория: социологический анализ. М., 1983.
13. Массовая информация и коммуникация в современном мире. М., 1989.
14. Матвеева Л. В., Анисеева Т. Я., Мочалова Ю. В. Психология телевизионной коммуникации. М., 2002.
15. Мельник Г. С. Mass Media: Психологические процессы и эффекты. СПб., 1996.
16. Методологические проблемы изучения средств массовой коммуникации. М., 1985.
17. Назаров М. М. Массовая коммуникация в современном мире: методология анализа и практика исследований. М., 2000.
18. Трескова С. И. Социолингвистические проблемы массовой коммуникации. М., 1989.
19. Харрис Р. Психология массовых коммуникаций. СПб.-М., 2003.
20. Яковлев И. П. Современные теории массовых коммуникаций. СПб., 2004.