**Соціологія масової комунікації**

**(питання до підсумкового контролю студентів спеціальності «філософія»)**

1. Концепція інформаційно-комунікативного суспільства.
2. Роль та значення масової комунікації в сучасному світі.
3. Глобалізація та локалізація масової комунікації.
4. Актуальність вивчення масової комунікації.
5. Масова комунікація: визначення поняття.
6. Структурні складові комунікаційних процесів.
7. Особливості інформаційних процесів в традиційних та сучасних суспільствах.
8. Масова комунікація як предмет наукового аналізу.
9. Соціологія масової комунікації як мультипарадигмальна дисципліна.
10. Структурно-функціональна парадигма соціальних наук.
11. Масова комунікація як соціальна система. Види комунікативних систем.
12. Функції масової комунікації на індивідуальному рівні та рівні суспільства.
13. Структурно-функціональні моделі масової комунікації.
14. Семіотика як наука. Ф. Соссюр та Ч. С. Пірс як засновники семіології.
15. Комунікація як явище, що пов’язане з утворенням значень.
16. Проблема значення та знаку. Типи та організація значень.
17. Денотат та коннотат. Структура міфу в семіології.
18. Семіологічний підхід в дослідженні телебачення.
19. Застосування семіотики в практиці вивчення реклами.
20. Масова комунікації в постмодерністській перспективі.
21. Соціально-економічні тенденції сучасності.
22. Концепція «глобальної деревні».
23. Постмодернізм як образ думок.
24. Життєві стратегії та нові культурні форми.
25. Масова комунікація та гіперреальність.
26. Масова комунікація в контексті глобалізації.
27. Соціологічний аналіз ефектів масової комунікації: загальна характеристика.
28. Поняття ефекту масової комунікації. Види ефектів.
29. Перші дослідження ефектів масової комунікації.
30. Концепції опосередкованого впливу.
31. Загальна характеристика сучасного етапу вивчення ефектів масової комунікації.
32. Концептуальні моделі ефектів масової комунікації: спіраль мовчання.
33. Концептуальні моделі ефектів масової комунікації: теорії інформаційного дефіциту.
34. Концептуальні моделі ефектів масової комунікації: модель залежності ефектів масової комунікації.
35. Концептуальні моделі ефектів масової комунікації: підхід корисності та задоволення потреб.
36. Глобалізація інформаційних процесів.

**Основна література**

1. Бакулев Г.П. Массовая коммуникация. М., 2005.
2. Назаров М.М. Массовая коммуникация в современном мире: методология анализа и практика исследований. М., 2000.
3. Науменко Т.В. Социология массовой коммуникации. М., 2005.
4. Почепцов Г.Г. Теория коммуникации. М., 2001.
5. Терин В.П. Массовая коммуникация. Социокультурные аспекты политического воздействия. Исследования опыта Запада. М., 1999.
6. Федотова Л.Н. Социология массовой коммуникации. М., 2004.
7. Яковлев И.П. Современные теории массовых коммуникаций. СПб., 2004.