

✓ **МЕТА КУРСУ**

- розкрити історико-методологічні, теоретичні та праксеологічні аспекти засобів масової інформації,
- становлення соціології засобів масової інформації
- роль засобів масової інформації у світі, що глобалізується
- методи соціологічного вивчення ЗМІ



ТЕМИ МОДУЛЯ 1

1. Об'єкт, предмет і методи соціології засобів масової інформації. Форми, засоби і функції засобів масової інформації
2. Історія виникнення та становлення засобів масової інформації
3. Суб'єкти засобів масової інформації
4. Методи і принципи дослідження засобів масової інформації
5. Дослідження аудиторії засобів масової інформації

ТЕМИ МОДУЛЯ 2

6. Вплив засобів масової інформації на аудиторію. Ефекти мас-медіа

7. Масова комунікація в умовах глобалізації

8. Альтернативні засоби масової інформації

9. Засоби масової інформації і політичні відносини

10. Сутність та основні характеристики паблік рілейшнз

М. Мак-Люен: «Засіб комунікації — повідомлення».

- ЗМІ розвиваються в основному в якості «зовнішнього розширення людини» і набувають впливу у індустріальних суспільствах, в яких значні фрагменти інформації не пов'язані з безпосередньою діяльністю.
- Таким чином, на сьогоднішній день ЗМІ **створюють, конструюють реальність**, а не стільки висвітлюють її.

Аудиторія ЗМІ — соціально неоднорідна, але в той же час представники різних соціально-демографічних груп можуть ідентифікувати себе як споживача конкретної інформації одного конкретного ЗМІ.

Варіативність сприйняття інформації ЗМІ пов'язана зі специфікою різних соціальних груп, що складають аудиторію ЗМІ.

- Тому відбувається **сегментація ЗМІ** у відповідності з фактичною різноманітністю споживачів інформації, їх інтересами і потребами.

Аудиторія - це сукупність осіб, які читають або переглядають певне видання, слухають програми даної радіостанції, дивляться цей телеканал або рекламні ролики в кіно, затримуються перед рекламними плакатами.

- Важливий як **кількісний**, так і **якісний** аспект цієї аудиторії: соціально-демографічні та соціально-економічні характеристики, купівельні звички, спосіб життя тощо.

МЕТОДИ СОЦІОЛОГІЧНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ ЗМІ



КІЛЬКІСНІ

- опитування аудиторії ЗМІ
- контент-аналіз матеріалів ЗМІ
- частотний аналіз лексики автора видання/ статті/ колонки тощо.

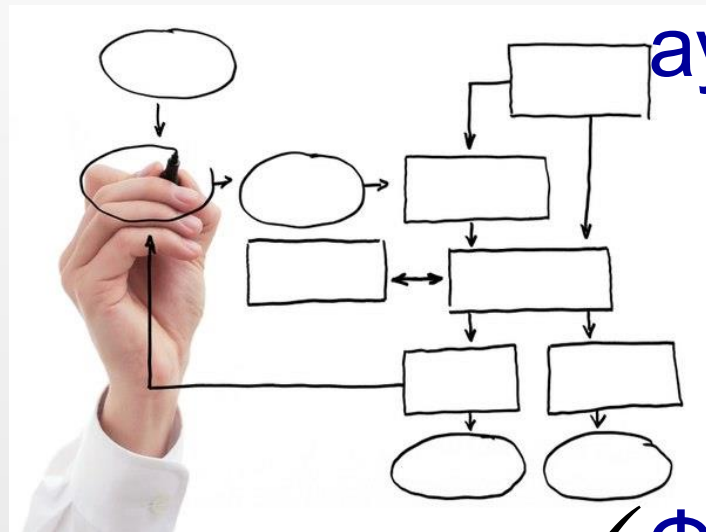
ЯКІСНІ

- якісний контент-аналіз ЗМІ
- кейс-стаді
- фокус-групи з представниками аудиторії ЗМІ
- глибинні інтерв'ю тощо.

ВАРІАНТИ ІНДИВІДУАЛЬНИХ ЗАВДАНЬ ЗА КУРСОМ (НА ВИБІР СТУДЕНТА)

✓ Підготовка медіа-плану

✓ Опитування невеликої частини аудиторії ЗМІ



✓ Моніторинг ЗМІ

✓ Фокус-групове дослідження аудиторії ЗМІ