

ПИТАННЯ ПОТОЧНОГО КОНТРОЛЮ

МОДУЛЬ 1

1. Підходи до визначення поняття «засоби масової інформації» в роботах вітчизняних і західних вчених.
2. Співвідношення понять «засоби масової інформації» та «засоби масової комунікації».
3. Базові складові засобів масової комунікації. Складові процеси масової комунікації. Сутність діяльності засобів масової інформації. Методи емпіричних досліджень масової комунікації.
4. Історія розвитку ЗМІ. Друк. Радіо. Телебачення. Інтернет.
5. Розвиток соціології масової комунікації.
6. Американська комунікативістика першої половини ХХ століття. Гарольд Лассуел.
7. Технократичний підхід. Герберт Маршалл Маклюен. Функціональний аналіз ЗМІ.
8. Критична теорія. Макс Хоркхаймер, Теодор Адорно про «індустрію культури». Юрген Хабермас про форми і функції комунікації.
9. Жан Бодрійар про «гіперреальність».
10. Ніколас Луман про «реальність мас-медіа». Мануель Кастельс: «реальна віртуальність».
11. Медіа-індустрія як сектор економіки.
12. Сучасний стан медійного ринку.
13. Вплив ЗМІ на економіку. Інформаційний характер сучасної економіки.
14. ЗМІ в епоху буржуазно-демократичних революцій. Виникнення «четвертої влади» в Європі.
15. Роль держави в становленні і функціонуванні ЗМІ. Політичні функції ЗМІ.
16. ЗМІ і суверенітет держави. Проблеми інформаційної безпеки.
17. Вплив ЗМІ на сприйняття політики і політичної поведінки.
18. Сутність глобалізації. Транснаціональні ЗМІ. ЗМІ і формування глобальної культури.
19. Передумови виникнення публік рілейшнз.
20. Сутність публік рілейшнз.
21. Методи і практика публік рілейшнз.
22. Формування іміджу.
23. Проблема ресурсного забезпечення публік рілейшнз.
24. Етичні аспекти публік рілейшнз.
25. Моделі аргументуючої комунікації.
26. Моделі іміджевої комунікації. Моделі пропагандистської комунікації.
27. Управління комунікативними процесами.
28. Контент-аналіз.
29. Пропагандистський аналіз.
30. Аналіз чуток.