

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Новосибирский государственный технический университет»

Кафедра социологии и массовых коммуникаций

“УТВЕРЖДАЮ”
ДЕКАН ФГО

д.ф.н. Ромм М. В.

“ ____ ” _____ г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
Социология массовых коммуникаций

Образовательная программа: 39.03.01 Социология, профиль: Социология коммуникаций

Курс: 3, семестр : 6

Факультет гуманитарного образования,

		Семестр
№	Вид деятельности	6
1	Всего зачетных единиц (кредитов)	4
2	Всего часов	144
3	Всего занятий в контактной форме, час.	98
4	Лекции, час.	36
5	Практические занятия, час.	36
6	Лабораторные занятия, час.	0
7	из них в активной и интерактивной форме, час.	10
8	Аттестация, час.	2
9	Консультации, час.	24
10	Самостоятельная работа, час.	46
11	Виды самостоятельной работы (курсовой проект, курсовая работа, РГЗ, подготовка к контрольной работе)	
12	Вид аттестации	Э

Рабочая программа составлена на основании федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению (специальности): 39.03.01 Социология

ФГОС введен в действие приказом №1328 от 12.11.2015 г. , дата утверждения: 14.12.2015 г.

Место дисциплины в структуре учебного плана: Блок 1, вариативная

Рабочая программа разработана на основе компетентностной модели выпускника по направлению (специальности): 39.03.01 Социология

Рабочая программа обсуждена на заседании кафедры

СиМК, протокол заседания кафедры №10 от 20.06.2017

Утверждена на совете факультета гуманитарного образования, протокол № 6 от 21.06.2017

Программу разработал:

старший преподаватель, Рязанова Т. А.

Заведующий кафедрой:

профессор, д-р культурологии Паршукова Г. Б.

Ответственный за образовательную программу:

профессор Игнатьев В. И.

1. Внешние требования

Таблица 1.1

Компетенция ФГОС: ОПК.2 способность к критическому восприятию, обобщению, анализу профессиональной информации, постановке цели и выбору путей ее достижения; <i>в части следующих результатов обучения:</i>
у2. уметь анализировать профессиональную информацию
Компетенция ФГОС: ОПК.5 способность применять в профессиональной деятельности базовые и профессионально-профилированные знания и навыки по основам социологической теории и методам социологического исследования; <i>в части следующих результатов обучения:</i>
з2. знать основы социологической теории
Компетенция ФГОС: ПК.1 способность самостоятельно формулировать цели, ставить конкретные задачи научных исследований в различных областях социологии и решать их с помощью современных исследовательских методов с использованием новейшего отечественного и зарубежного опыта и с применением современной аппаратуры, оборудования, информационных технологий; <i>в части следующих результатов обучения:</i>
у3. уметь самостоятельно формулировать цели, ставить конкретные задачи научных исследований в области социологии коммуникаций

2. Требования НГТУ к результатам освоения дисциплины

Таблица 2.1

Результаты изучения дисциплины по уровням освоения (иметь представление, знать, уметь, владеть)	Формы организации занятий
<i>Социология массовых коммуникаций</i>	
ПК.1.у3 уметь самостоятельно формулировать цели, ставить конкретные задачи научных исследований в области социологии коммуникаций	
1. уметь самостоятельно формулировать цели, ставить конкретные задачи научных исследований в различных областях социологии	Лекции; Практические занятия; Самостоятельная работа
ОПК.2.у2 уметь анализировать профессиональную информацию	
2. уметь анализировать профессиональную информацию	Лекции; Практические занятия; Самостоятельная работа
ОПК.5.з2 знать основы социологической теории	
3. знать основы социологической теории и методы социологического исследования	Лекции; Практические занятия; Самостоятельная работа

3. Содержание и структура учебной дисциплины

Таблица 3.1

Темы лекций	Активные формы, час.	Часы	Ссылки на результаты обучения	Учебная деятельность
Семестр: 6				
Дидактическая единица: Массовая коммуникация как объект социологических исследований.				
1. Предмет и объект социологии массовой коммуникации	0	3	1, 2, 3	Конспектирование и критическое осмысление лекционного материала
2. Парадигмальный характер исследования коммуникации в социологии.	4	4	1, 2, 3	Конспектирование и критическое осмысление лекционного материала
3. Массовая коммуникация как объект социологических исследований.	0	4	1, 2, 3	Конспектирование и критическое осмысление лекционного материала
4. Основы социологического инструментария исследования коммуникации	0	4	1, 2, 3	Конспектирование и критическое осмысление лекционного материала

5. "Коммуникация" в макро- и микро теориях. "Коммуникация" как понятие и как категория. Коммуникация как интегрирующая категория в социальных теориях Ю.Хабермаса и Н.Лумана.	0	3	1	Лекция-беседа
Дидактическая единица: Основные компоненты массовой коммуникации.				
6. Субъекты массовой коммуникации.	0	6	1, 2, 3	Конспектирование и критическое осмысление лекционного материала
7. Ценности как социальный компонент массовой коммуникации.	0	2	1, 2, 3	Конспектирование и критическое осмысление лекционного материала
8. Социальный миф и идеология как среда массовой коммуникации.	2	4	1, 2, 3	Конспектирование и критическое осмысление лекционного материала
9. Нормы как социальный компонент массовой коммуникации.	0	2	3	Конспект
Дидактическая единица: История исследования массовой коммуникации и СМИ в социологии.				
10. Тенденции и перспективы исследования массовых коммуникаций .	0	4	3	Конспект по теме

Таблица 3.2

Темы практических занятий	Активные формы, час.	Часы	Ссылки на результаты обучения	Учебная деятельность
Семестр: 6				
Дидактическая единица: Массовая коммуникация как объект социологических исследований.				
1. Социологический подход в исследовании массовой коммуникации.	2	2	1, 2, 3	Обсуждение материалов по теме.
2. Основные социальные сферы с точки зрения выявления субъектов массовых коммуникаций (коммуникатора и массового субъекта.	2	2	1, 2, 3	Доклады.
3. Определение статусно-ролевых характеристик и профессиональной принадлежности субъектов массовой коммуникации.	0	2	1, 2, 3	Выполнение рефлексивного задания.
4. Социология коммуникации по Ю.Хаббермасу , И.Гофману.	0	6	1, 2, 3	Обсуждение заданного текста источника. Выполнение рефлексивного задания.
5. Массовая коммуникация как социокультурный феномен.	0	4	2, 3	Обсуждение материалов по теме.
6. Субъекты массовой коммуникации	0	2	1, 3	Подготовка презентации по теме
Дидактическая единица: Основные компоненты массовой коммуникации.				
7. Социальный институт массовой коммуникации.	0	4	1, 2, 3	Обсуждение материалов по теме.

8. Современные социальные мифы и их воплощение в массовой коммуникации.	0	2	1, 2, 3	Обсуждение материалов по теме..
9. Нормы и ценности как социальный компонент массовой коммуникации	0	2	2	Доклады по теме.
Дидактическая единица: История исследования массовой коммуникации и СМИ в социологии.				
10. Основные этапы исследования массовых коммуникаций.	0	4	2, 3	Доклады по результатам чтения текстов Г.Лассуэлла, У.Липпмана, Г.Лазарсфельда, М.Маклюэна и т.д.
11. Медиаисследования.	0	6	1, 2	Обсуждение материалов медиаисследований.

4. Самостоятельная работа обучающегося

№	Виды самостоятельной работы	Ссылки на результаты обучения	Часы на выполнение	Часы на консультации
Семестр: 6				
1	Подготовка к занятиям	1, 2, 3	20	10
: Васильева М. Р. Социология массовых коммуникаций [Электронный ресурс] : электронный учебно-методический комплекс / М. Р. Васильева ; Новосиб. гос. техн. ун-т. - Новосибирск, [2011]. - Режим доступа: http://courses.edu.nstu.ru/index.php?show=155&curs=1524 . - Загл. с экрана.				
2	Дополнительная учебная деятельность	1, 2, 3	4	10
: Васильева М. Р. Социология массовых коммуникаций [Электронный ресурс] : электронный учебно-методический комплекс / М. Р. Васильева ; Новосиб. гос. техн. ун-т. - Новосибирск, [2011]. - Режим доступа: http://courses.edu.nstu.ru/index.php?show=155&curs=1524 . - Загл. с экрана.				
3	Подготовка к аттестации	1, 2, 3	22	4
: Васильева М. Р. Социология массовых коммуникаций [Электронный ресурс] : электронный учебно-методический комплекс / М. Р. Васильева ; Новосиб. гос. техн. ун-т. - Новосибирск, [2011]. - Режим доступа: http://courses.edu.nstu.ru/index.php?show=155&curs=1524 . - Загл. с экрана.				

5. Технология обучения

Для организации и контроля самостоятельной работы обучающихся, а также проведения консультаций применяются информационно-коммуникационные технологии (табл. 5.1).

Таблица 5.1

Деятельность	Информационно-коммуникационные технологии
Информирование	e-mail; Портал НГТУ; Среда электронного обучения НГТУ; ЭБС
Консультирование	e-mail; Портал НГТУ; Среда электронного обучения НГТУ; ЭБС
Контроль	Среда электронного обучения НГТУ
Размещение учебных материалов	Портал НГТУ; Среда электронного обучения НГТУ; ЭБС

6. Правила аттестации обучающихся по учебной дисциплине

Для аттестации обучающихся по дисциплине используется балльно-рейтинговая система (БРС), позволяющая выставять оценки по традиционной шкале и 15-уровневой ECTS. Краткая информация о БРС приведена в табл. 6.1.

Таблица 6.1

Оцениваемые виды деятельности обучающихся	Максимальный балл
Семестр: 6	
<i>Подготовка к занятиям:</i>	
<i>Лекция:</i>	20
<i>Практические занятия:</i>	40
<i>Экзамен:</i>	40
Контролирующие материалы - список вопросов	

В таблице 6.2 представлено соответствие форм контроля заявляемым требованиям к результатам освоения дисциплины.

Таблица 6.2

Коды компетенций ФГОС	Результаты обучения	Формы контроля
		Экзамен
ОПК.2	у2. уметь анализировать профессиональную информацию	+
ОПК.5	з2. знать основы социологической теории	+
ПК.1	у3. уметь самостоятельно формулировать цели, ставить конкретные задачи научных исследований в области социологии коммуникаций	+

Фонд оценочных средств по дисциплине представлен в приложении № 1 к рабочей программе.

7. Литература

Основная литература

1. Федотова Л. Н. Социология массовых коммуникаций. Теория и практика : учебник / Л. Н. Федотова. - Москва, 2014
2. Касьянов В. В. Социология массовой коммуникации : [учебное пособие для вузов] / В. В. Касьянов. - Ростов н/Д, 2009. - 427 с. : табл.
3. ЭБС Znanium.com [Электронный ресурс] : электронно-библиотечная система. - [Россия], 2011. - Режим доступа: <http://znanium.com>. - Загл. с экрана.
4. Социология массовой коммуникации : Учебник / В.И. Гостенина, А.Г. Киселев. - 2-е изд., перераб. - М.: Альфа-М: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 336 с.: 60х90 1/16. - (Бакалавриат). (переплет) ISBN 978-5-98281-338-1, 1000 экз. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=404699> - Загл. с экрана.
5. Мельников М. В. История социологии. Классический период : [учебное пособие] / М. В. Мельников. - Новосибирск, 2013. - 340, [1] с.. - Режим доступа: http://elibrary.nstu.ru/source?bib_id=vtls000192872

Дополнительная литература

1. Классики социологии [Электронный ресурс] : классические труды по теории общества. - М., 2007. - 1 электрон. опт. диск (CD-ROM). - Загл. с контейнера.
2. Назаров М. М. Массовая коммуникация и общество: введение в теорию и исследования : [монография] / М. М. Назаров ; Ин-т социологии РАН. - М., 2010. - 354 с. : ил.
3. Черных А. И. Социология массовых коммуникаций : учебное пособие / Алла Черных ; Гос. ун-т - Высш. шк. экономики. - М., 2008. - 451 с.

4. Общество сетевых структур : монография / [М. В. Ромм и др. ; под ред. М. В. Ромма, И. А. Вальдмана] ; Новосиб. гос. техн. ун-т, Фак. гуманитар. образования. - Новосибирск, 2011. - 325, [1] с.
5. Манхейм К. Избранное: Социология культуры : [пер. с нем.] / Карл Манхейм. - М., 2000. - 505 с.
6. Шубрт И. Никлас Луман: проблема коммуникации в рамках функционально-дифференцированного общества / И. Шубрт // Социологические исследования. - 2013. - № 1. - С. 5-15.

Интернет-ресурсы

1. Социолайн [Электронный ресурс]: учебники, монографии по социологии. - socioline.ru, 2001 — 2014. - Режим доступа : <http://socioline.ru/>. - Загл. с экрана.
2. Социология Интернет [Электронный ресурс]: цифровой словарь. - Digital Vocabulary, 2015. - Режим доступа: <http://digitalvocabulary.ru/the-internet-sociology/>. - Загл. с экрана.
3. ЭБС НГТУ : <http://elibrary.nstu.ru/>
4. ЭБС «Издательство Лань» : <https://e.lanbook.com/>
5. ЭБС IPRbooks : <http://www.iprbookshop.ru/>
6. ЭБС "Znaniyum.com" : <http://znaniyum.com/>
7. :

8. Методическое и программное обеспечение

8.1 Методическое обеспечение

1. Васильева М. Р. Социология массовых коммуникаций [Электронный ресурс] : электронный учебно-методический комплекс / М. Р. Васильева ; Новосиб. гос. техн. ун-т. - Новосибирск, [2011]. - Режим доступа: <http://courses.edu.nstu.ru/index.php?show=155&curs=1524>. - Загл. с экрана.
2. Паршукова Г. Б. Теории и модели коммуникации [Электронный ресурс] : электронный учебно-методический комплекс / Г. Б. Паршукова, П. Н. Паршукова ; Новосиб. гос. техн. ун-т. - Новосибирск, [2013]. - Режим доступа: http://elibrary.nstu.ru/source?bib_id=vtls000184135. - Загл. с экрана.

8.2 Специализированное программное обеспечение

- 1 Microsoft Windows
- 2 Microsoft Office

9. Материально-техническое обеспечение

Презентационное оборудование

№	Наименование	Назначение
1	Презентационное оборудование (мультимедиа-проектор, экран, компьютер для управления)	Для демонстрации учебного материала.

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Новосибирский государственный технический университет»

Кафедра социологии и массовых коммуникаций

“УТВЕРЖДАЮ”
ДЕКАН ФГО
д.ф.н., профессор М.В. Ромм
“ ” _____ Г.

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Социология массовых коммуникаций

Образовательная программа: 39.03.01 Социология, профиль: Социология коммуникаций

1. Обобщенная структура фонда оценочных средств учебной дисциплины

Обобщенная структура фонда оценочных средств по дисциплине Социология массовых коммуникаций приведена в Таблице.

Таблица

Формируемые компетенции	Показатели сформированности компетенций (знания, умения, навыки)	Темы	Этапы оценки компетенций	
			Мероприятия текущего контроля (курсовой проект, РГЗ(Р) и др.)	Промежуточная аттестация (экзамен, зачет)
ОПК.2 способность к критическому восприятию, обобщению, анализу профессиональной информации, постановке цели и выбору путей ее достижения	у2. уметь анализировать профессиональную информацию	Массовая коммуникация как объект социологических исследований. Определение статусно-ролевых характеристик и профессиональной принадлежности субъектов массовой коммуникации. Основные социальные сферы с точки зрения выявления субъектов массовых коммуникаций (коммуникатора и массового субъекта. Основы социологического инструментария исследования коммуникации Парадигмальный характер исследования коммуникации в социологии. Предмет и объект социологии массовой коммуникации Современные социальные мифы и их воплощение в массовой коммуникации. Социальный институт массовой коммуникации. Социальный миф и идеология как среда массовой коммуникации. Социологический подход в исследовании массовой коммуникации. Социология коммуникации по Ю.Хаббермасу , И.Гофману. Субъекты массовой коммуникации. Ценности как социальный компонент массовой коммуникации.		Экзамен, вопросы с 1-20.
ОПК.5 способность применять в профессиональной деятельности базовые и профессионально-профилированные знания и навыки по основам социологической теории и методам социологического исследования	з1. знать основы социологической теории и методы социологического исследования	Массовая коммуникация как объект социологических исследований. Определение статусно-ролевых характеристик и профессиональной принадлежности субъектов массовой коммуникации. Основные социальные сферы с точки зрения выявления субъектов массовых коммуникаций (коммуникатора и массового субъекта. Основы социологического		Экзамен, вопросы с 1-20.

		инструментария исследования коммуникации Парадигмальный характер исследования коммуникации в социологии. Предмет и объект социологии массовой коммуникации Современные социальные мифы и их воплощение в массовой коммуникации. Социальный институт массовой коммуникации. Социальный миф и идеология как среда массовой коммуникации. Социологический подход в исследовании массовой коммуникации. Социология коммуникации по Ю.Хаббермасу , И.Гофману. Субъекты массовой коммуникации. Ценности как социальный компонент массовой коммуникации.		
ПК.1/НИ способность самостоятельно формулировать цели, ставить конкретные задачи научных исследований в различных областях социологии и решать их с помощью современных исследовательских методов с использованием новейшего отечественного и зарубежного опыта и с применением современной аппаратуры, оборудования, информационных технологий	у1. уметь самостоятельно формулировать цели, ставить конкретные задачи научных исследований в различных областях социологии	Массовая коммуникация как объект социологических исследований. Определение статусно-ролевых характеристик и профессиональной принадлежности субъектов массовой коммуникации. Основные социальные сферы с точки зрения выявления субъектов массовых коммуникаций (коммуникатора и массового субъекта. Основы социологического инструментария исследования коммуникации Парадигмальный характер исследования коммуникации в социологии. Предмет и объект социологии массовой коммуникации Современные социальные мифы и их воплощение в массовой коммуникации. Социальный институт массовой коммуникации. Социальный миф и идеология как среда массовой коммуникации. Социологический подход в исследовании массовой коммуникации. Социология коммуникации по Ю.Хаббермасу , И.Гофману. Субъекты массовой коммуникации. Ценности как социальный компонент массовой коммуникации.		Экзамен, вопросы.с 1-20.

2. Методика оценки этапов формирования компетенций в рамках дисциплины.

Промежуточная аттестация по дисциплине проводится в 6 семестре - в форме экзамена, который

направлен на оценку сформированности компетенций ОПК.2, ОПК.5, ПК.1/НИ.

Экзамен проводится в устной форме по билетам , каждый билет содержит 2 вопроса .

Кроме того, сформированность компетенций проверяется при проведении мероприятий текущего контроля, указанных в таблице раздела 1.

Общие правила выставления оценки по дисциплине определяются балльно-рейтинговой системой, приведенной в рабочей программе учебной дисциплины.

На основании приведенных далее критериев можно сделать общий вывод о сформированности компетенций ОПК.2, ОПК.5, ПК.1/НИ, за которые отвечает дисциплина, на разных уровнях.

Общая характеристика уровней освоения компетенций.

Ниже порогового. Уровень выполнения работ не отвечает большинству основных требований, теоретическое содержание курса освоено частично, пробелы могут носить существенный характер, необходимые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы не достаточно, большинство предусмотренных программой обучения учебных заданий не выполнены или выполнены с существенными ошибками.

Пороговый. Уровень выполнения работ отвечает большинству основных требований, теоретическое содержание курса освоено частично, но пробелы не носят существенного характера, необходимые практические навыки работы с освоенным материалом в основном сформированы, большинство предусмотренных программой обучения учебных заданий выполнено, некоторые виды заданий выполнены с ошибками.

Базовый. Уровень выполнения работ отвечает всем основным требованиям, теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов, некоторые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы недостаточно, все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, качество выполнения ни одного из них не оценено минимальным числом баллов, некоторые из выполненных заданий, возможно, содержат ошибки.

Продвинутый. Уровень выполнения работ отвечает всем требованиям, теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов, необходимые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы, все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, качество их выполнения оценено числом баллов, близким к максимальному.

Паспорт экзамена

по дисциплине «Социология массовых коммуникаций», 6 семестр

1. Методика оценки

Экзамен проводится в устной форме, по билетам. Билет формируется по следующему правилу: первый вопрос выбирается из диапазона вопросов 1-10, второй вопрос из диапазона вопросов 11-20 (список вопросов приведен ниже). В ходе экзамена преподаватель вправе задавать студенту дополнительные вопросы из общего перечня (п. 4). Время для подготовки 40-45 минут.

Форма экзаменационного билета

НОВОСИБИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
Факультет ФГО

Билет № 1

к экзамену по дисциплине «Социология массовых коммуникаций»

Вопрос 1- Предмет социологических исследований массовых коммуникаций.

Вопрос 2.- Первый этап изучения массовых коммуникаций: натуралистическая парадигма (Г.Спенсер).

Утверждаю: и.о.зав. кафедрой _____ Г.Б.Паршукова
(подпись) (дата)

2. Критерии оценки

- Ответ на экзаменационный билет (тест) считается **неудовлетворительным**, если студент при ответе на вопросы не дает определений основных понятий, не способен показать причинно-следственные связи явлений, при решении задачи допускает принципиальные ошибки, оценка составляет 0-49 баллов.
- Ответ на экзаменационный билет (тест) засчитывается на **пороговом** уровне, если студент при ответе на вопросы дает определение основных понятий, может показать причинно-следственные связи явлений, при решении задачи допускает непринципиальные ошибки, например, вычислительные, оценка составляет 50-72 баллов.

- Ответ на экзаменационный билет (тест) билет засчитывается на **базовом** уровне, если студент при ответе на вопросы формулирует основные понятия, законы, дает характеристику процессов, явлений, проводит анализ причин, условий, может представить качественные характеристики процессов, не допускает ошибок при решении задачи, оценка составляет *73-86 баллов*.
- Ответ на экзаменационный билет (тест) билет засчитывается на **продвинутом** уровне, если студент при ответе на вопросы проводит сравнительный анализ подходов, проводит комплексный анализ, выявляет проблемы, предлагает механизмы решения, способен представить количественные характеристики определенных процессов, приводит конкретные примеры из практики, не допускает ошибок и способен обосновать выбор метода решения задачи, оценка составляет *87-100 баллов*.

3. Шкала оценки

Экзамен считается сданным, если средняя сумма баллов по всем вопросам составляет не менее 50 баллов (по 100 балльной шкале).

Коэффициент, с которым учитывается полученная сумма баллов в общей оценке по дисциплине, 0, 2

Таблица соответствия баллов традиционной оценки и буквенной системе ECTS

Таблица соответствия баллов традиционной оценки и буквенной системы ECTS			
Таблица соответствия баллов, традиционной оценки и буквенной оценки ECTS Диапазон баллов рейтинга	Оценка ECTS	Традиционная шкала	
98-100	A+	Отлично	Зачтено
93-97	A		
90-92	A-		
87-89	B+		
83-86	B	Хорошо	
80-82	B-		
77-79	C+		
73-76	C		
70-72	C-	Удовлетворительно	
67-69	D+		
63-66	D		
60-62	D-		
50-59	E		
25-49	FX	Неудовлетворительно	Не зачтено
0-24	F		

В общей оценке по дисциплине баллы за зачет учитываются в соответствии с правилами балльно-рейтинговой системы, приведенными выше.

3. Вопросы к экзамену по дисциплине «Социология массовых коммуникаций»

1. Понятие коммуникации в социологии.
2. Предмет социологических исследований массовых коммуникаций.

3. Определение массовой коммуникации: связь основных компонентов.
4. Социологический подход к выявлению субъектов массовой коммуникации.
5. Особенности массового субъекта коммуникации.
6. Статусно-ролевые характеристики субъектов института массовой коммуникации.
7. Ценностный аспект исследования массовых коммуникаций. Ценности как компонент контента массовых коммуникаций.
8. Мифосознание и стереотипы в процессе осуществления массовой коммуникации.
9. Нормативные теории массовых коммуникаций и их современная оценка.
10. Массовая коммуникация как социальный институт: субъекты, цели, функции, ценности, нормы, статусы, символы).
11. Первый этап изучения массовых коммуникаций: натуралистическая парадигма (Г.Спенсер).
12. Американская традиция исследования массовых коммуникаций (Чикагская школа, Ч.Кули, Дж.Г.Мид, Г.Лассуэл).
13. Вклад в изучение массовых коммуникаций Г.Лассуэла.
14. Второй этап исследования массовых коммуникаций: эмпирические и теоретические исследования.
15. Структурно- функциональный подход к исследованию массовых коммуникаций. Функции массовой коммуникации.
16. Новейший этап исследования массовых коммуникаций.
17. Торонтская школа: новые подходы к исследованию массовой коммуникации (Г.Иннис и М.Маклюэн).
18. Технологический детерминизм и идеи М.Маклюэна.
19. Медиаисследования: объекты и методы.
20. Медиаглобализация: сущность, причины, последствия.