

МІЖРЕГІОНАЛЬНА
АКАДЕМІЯ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ



МАУП

НАВЧАЛЬНА ПРОГРАМА

дисципліни

“СОЦІОЛОГІЯ МАКРОКОМУНІКАЦІЙ”

(для бакалаврів)

МАУП

Київ 2005

Підготовлено кандидатом соціологічних наук, доцентом *М. Ю. Наумовою*

Затверджено на засіданні кафедри соціології (протокол № 35 від 01.03.04)

Схвалено Вченою радою Міжрегіональної Академії управління персоналом

Наумова М. Ю. Навчальна програма вивчення дисципліни “Соціологія макрокомунікацій”. — К.: МАУП, 2005. — 14 с.

Навчальна програма містить пояснювальну записку, навчально-тематичний план, програмний матеріал до вивчення дисципліни “Соціологія макрокомунікацій”, варіанти контрольних робіт, контрольні питання, а також список рекомендованої літератури.

ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА

Навчальна дисципліна “Соціологія макрокомунікацій” розглядає різні аспекти комунікативних процесів у суспільстві. Її вивчення передбачає попереднє ознайомлення з базовою теоретичною дисципліною “комунікативного блоку” — “Соціологією комунікацій”.

Описується історія розвитку соціальних комунікацій та еволюція засобів комунікації, сутність і соціокультурні функції засобів масової комунікації, а також основні підходи до їх вивчення, що склалися в межах теоретичної соціології. Важливою частиною курсу є ознайомлення з емпіричною традицією вивчення макрокомунікативних процесів.

Для контролю і самоконтролю якості засвоєння матеріалу курсу запропоновано варіанти контрольних робіт, які студенти визначають за власним вибором, а також контрольні питання.

НАВЧАЛЬНО-ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН вивчення дисципліни “СОЦІОЛОГІЯ МАКРОКОМУНІКАЦІЙ”

№ пор.	Назва теми
1	Об’єкт, предмет і методи соціології макрокомунікацій
2	Комунікативні та інформаційні процеси в суспільстві: історія і сучасність
3	Символічний зміст суспільного життя
4	Основні теоретичні підходи до соціологічного вивчення комунікації
5	Масова комунікація: соціальна природа, засоби, функції
6	Соціологічне вивчення макрокомунікативних процесів: аналіз змісту масової комунікації
7	Соціологічне вивчення макрокомунікативних процесів: ефекти мас-медіа

ПРОГРАМНИЙ МАТЕРІАЛ до вивчення дисципліни “СОЦІОЛОГІЯ КОМУНІКАЦІЙ”

Тема 1. Об’єкт, предмет і методи соціології макрокомунікацій

Завдання і структура курсу. Соціологія макрокомунікацій як спеціальна галузь соціології. Об’єкт, предмет і методи соціології макрокомунікацій. Базові категорії дисципліни: комунікація, макрокомуні-

кація, інтеракція, спілкування, інформація. Специфіка соціологічного аналізу макрокомунікацій. Методи соціологічного дослідження макрокомунікацій: опитувальні техніки (анкетування, інтерв'ю), спостереження, контент-аналіз, критичний аналіз дискурсу.

Література [3; 9; 24; 25; 33; 38–43; 45; 52; 53]

Тема 2. Комунікативні та інформаційні процеси в суспільстві: історія і сучасність

Комунікативні та інформаційні процеси: визначення, схожість і відмінність. Історія розвитку соціальних комунікацій та еволюція засобів комунікації. Комунікація у стародавніх, традиційних і сучасних суспільствах. Міфологічно-фольклорна, вербальна і аудіовізуальна стадії розвитку засобів комунікації. Концепція еволюції комунікативних технологій Г. Маклюена. Сучасний етап еволюції змісту і засобів комунікації. Глобалізація. Природні та штучні комунікативні системи.

Література [3–5; 7; 8; 10; 17; 21; 22; 25; 27–29; 32]

Тема 3. Символічний зміст суспільного життя

Культура як спосіб створення і відтворення систем цінностей, норм, ідей, символів, стереотипів, де відображаються історична спадщина, традиція, виражається самотність спільноти. Символічний зміст суспільного життя. Поняття знаку, сенсу, значення, інтерпретації, розуміння.

Комунікативні механізми відтворення соціального порядку. Інституціоналізація як результат неперервної комунікативної/інтерпретативної активності соціальних агентів. Легітимація та походження символічних універсумів (П. Бергер, Т. Лукман). Концепція соціального розподілу знання і “кінцевих областей значень” А. Шюца.

Поняття соціального знання як капіталу загальних схем інтерпретації. Інтерсуб'єктивність. Індивідуальне суб'єктивне розуміння соціальної ситуації як приписування сенсу певній практиці або соціальній ситуації на основі інтерсуб'єктивної системи повсякденних значень. Поняття природної установки свідомості (А. Шюц). Фонові очікування (Г. Гарфінкель).

Література [2; 6; 15; 18; 19; 29; 58; 59]

Тема 4. Основні теоретичні підходи до соціологічного вивчення комунікації

Онтологізуючий і розуміючий підходи до вивчення комунікації, їх світоглядні та методологічні особливості.

Осмисленість соціальної дії: М. Вебер. Онтологізація поняття комунікації в сучасних соціологічних теоріях. Концепція Н. Лумана.

Семіотична концепція комунікації. Праці Ч. Пірса, Ф. Соссюра. Код як система організації знаків. Типи кодів (презентаційні та репрезентаційні, загальні та спеціальні, логічні, естетичні). Семантичний трикутник. Денотація і конотація. Семантика, синтактика, прагматика.

Розуміючий підхід до вивчення комунікативних феноменів: витоки, основні принципи. Рівні розуміння: метод і досвід. Міф про Гермеса та історія герменевтики. Розуміння як тлумачення тексту, реконструкція задуму автора (Ф. Шлейєрмахер, Дільтей). Розуміння як інтерсуб'єктивний досвід повсякденного життя. Спадкоємність ідей герменевтики в соціальній феноменології.

Література [2; 15; 16; 21; 22; 30; 38; 46; 47; 55; 56; 58; 59]

Тема 5. Масова комунікація: соціальна природа, засоби, функції

Рівні комунікації. Порівняльний аналіз масової і міжособистісної комунікації. Когнітивний та інтерактивний рівні комунікації. Соціальна природа та історична обумовленість масової комунікації. Сутність масової комунікації. Поняття масового суспільства і масової культури у Критичній теорії (Франкфуртська школа). Форми і характеристики масової культури. Концепція інформаційного суспільства (Белл, Тоффлер).

Інформаційні, нормативні, ідентифікуючі, культуротворчі функції масової комунікації. Масова комунікація як соціальний інститут. Взаємодія ЗМІ з іншими інституційними системами суспільства.

Засоби масової комунікації: визначення, види, еволюція. “Гарячі” та “холодні” ЗМІ. Електронні засоби масової комунікації. Віртуалізація соціальних відносин. Симулякри і гіперреальність (Ж. Бодрийяр). Глобальна мережа: соціальні та культурні функції.

Література [3; 9; 24; 25; 32; 33; 38–43; 45; 52; 53]

Тема 6. Соціологічне вивчення макрокомунікативних процесів: аналіз змісту масової комунікації

Різні техніки аналізу текстів/документів як засіб аналізу змісту повідомлень мас-медіа. Якісні та кількісні методи вивчення документів: порівняльний аналіз. Передумови виникнення формалізованих методів аналізу текстів. Критерії доцільності вибору контент-аналізу для вивчення повідомлень масової комунікації. Текст як об'єкт вивчення в контент-аналізі.

Етапи реалізації дослідження повідомлень ЗМІ за допомогою контент-аналізу. Структура та динаміка значущого змісту медіа як предмет контент-аналізу. Визначення об'єкта в контент-аналізі текстів. Специфіка формування вибірки повідомлень у контент-аналізі. Етапи побудови вибірки. Визначення категорій аналізу. Вимоги до категоріальної моделі контент-аналізу. Одиниці рахунку та одиниці аналізу. Процедурна частина проекту: організація, контроль надійності, підготовка даних до аналізу. Проблема надійності результатів контент-аналізу. Аналіз отриманих даних та інтерпретація результатів.

Література [2; 4; 6; 8–10; 15; 16; 18; 19; 22; 24; 28; 34–36; 45; 48; 51; 53–55; 60–62]

Тема 7. Соціологічне вивчення макрокомунікативних процесів: ефекти мас-медіа

Періодизація і типологія досліджень ефектів масової комунікації. Парадигма “тотальної дії” мас-медіа як перший етап дослідження їх ефективності. Теорії “чарівної кулі” та “підшкірних ін'єкцій” (20–30-ті роки ХХ ст.). Дослідження масової комунікації в 40–70-х роках ХХ ст.: парадигма “обмежених ефектів”. Концепція “селективної експозиції” (К. Ховленд). Двоступенева модель комунікації (П. Лазарсфельд, Е. Кац).

Сучасні підходи до дослідження ефектів масової комунікації. Встановлення пунктів “порядок денний” (М. Маккомбс, Д. Шоу). Концепція “спіралі мовчання” Е. Ноель-Нойман. Підхід “корисності і задоволення потреб” (Дж. Бламлер, Е. Кац). Теорії інформаційного дефіциту. Модель “залежності” (З. Болл-Рокич, М. де Флюер).

Література [2; 4; 6; 8–10; 15; 16; 18; 19; 22; 24; 28; 34–36; 45; 48; 51; 53–55; 60–62]

ВАРІАНТИ КОНТРОЛЬНИХ РОБІТ

Варіант 1

1. Історія розвитку соціальних комунікацій та еволюція засобів комунікації.
2. Виміри наслідки глобалізації.
3. Етапи реалізації дослідження повідомлень ЗМІ за допомогою контент-аналізу.

Варіант 2

1. Міфологічно-фольклорна, вербальна та аудіовізуальна стадії розвитку способів комунікації.
2. Легітимація та походження символічних універсумів (П. Бергер, Т. Лукман).
3. Сучасні підходи до дослідження ефектів масової комунікації.

Варіант 3

1. Природні та штучні комунікативні системи.
2. Комунікативні механізми відтворення соціального порядку.
3. Теорія світової капіталістичної системи І. Уолерстайна.

Варіант 4

1. Поняття знака, сенсу, значення, інтерпретації, розуміння.
2. Поняття інтерсуб'єктивності.
3. Теорії інформаційного дефіциту.

Варіант 5

1. Символічний зміст суспільного життя.
2. Засоби масової комунікації: визначення, види, еволюція.
3. Двоступенева модель комунікації (П. Лазарсфельд, Е. Кац).

КОНТРОЛЬНІ ПИТАННЯ

1. Завдання і структура курсу “Соціологія макрокомунікацій”.
2. Соціологія макрокомунікацій як спеціальна галузь соціології.
3. Об’єкт, предмет і методи соціології макрокомунікацій.
4. Базові категорії дисципліни: комунікація, макрокомунікація, інтеракція, спілкування, інформація.
5. Специфіка соціологічного аналізу макрокомунікацій.
6. Методи соціологічного дослідження макрокомунікацій: опитувальні техніки (анкетування, інтерв’ю), спостереження, контент-аналіз, критичний аналіз дискурсу.
7. Комунікативні та інформаційні процеси: визначення, схожість і відмінність.
8. Історія розвитку соціальних комунікацій та еволюція засобів комунікації.
9. Комунікація у стародавніх, традиційних і сучасних суспільствах.
10. Міфологічно-фольклорна, вербальна та аудіовізуальна стадії розвитку способів комунікації.
11. Концепція еволюції комунікативних технологій Г. Маклюена.
12. Концепція “мозаїчної культури” А. Моля.
13. Сучасний етап еволюції змісту та засобів комунікації. Глобалізація.
14. Виміри наслідки глобалізації.
15. Парадокси культурної глобалізації.
16. Теорія світової капіталістичної системи І. Уолерстайна.
17. З. Бауман: глобалізоване багатство, локалізована бідність.
18. Природні та штучні комунікативні системи.
19. Культура як спосіб породження й відтворення систем цінностей, норм, ідей, символів, стереотипів, в якому відображається традиція і виражається самотність спільноти.
20. Символічний зміст суспільного життя.
21. Поняття знака, сенсу, значення, інтерпретації, розуміння.
22. Комунікативні механізми відтворення соціального порядку.
23. Інституціоналізація як результат безперервної комунікативної/інтерпретативної активності соціальних агентів.
24. Легітимація та походження символічних універсумів (П. Бергер, Т. Лукман).
25. Концепція соціального розподілу знання і “кінцевих областей значень” А. Шюца.

26. Поняття соціального знання як капіталу загальних схем інтерпретації.
27. Поняття інтерсуб'єктивності.
28. Індивідуальне суб'єктивне розуміння соціальної ситуації як приписування сенсу певній практиці або соціальній ситуації на основі інтерсуб'єктивної системи повсякденних значень.
29. Поняття природної установки свідомості (А. Шюц).
30. Фонові очікування (Г. Гарфінкель).
31. Онтологізуючий і розуміючий підходи до вивчення комунікації, їх світоглядні та методологічні особливості.
32. Осмисленість соціальної дії: М. Вебер.
33. Онтологізація поняття комунікації в сучасних соціологічних теоріях.
34. Концепція Н. Лумана.
35. Семіотична концепція комунікації. Праці Ч. Пірса, Ф. Соссюра.
36. Код як система організації знаків.
37. Типи кодів (презентаційні та репрезентаційні, загальні та спеціальні, логічні, естетичні).
38. Семантичний трикутник. Денотація і конотація.
39. Семантика, синтактика, прагматика.
40. Розуміючий підхід до вивчення комунікативних феноменів: витоки, основні принципи.
41. Рівні розуміння: метод і досвід.
42. Міф про Гермеса та історія герменевтики.
43. Розуміння як тлумачення тексту, реконструкція задуму автора (Ф. Шлейермахер, Дільтей).
44. Розуміння як інтерсуб'єктивний досвід повсякденного життя.
45. Спадкоємність ідей герменевтики в соціальній феноменології.
46. Рівні комунікації.
47. Порівняльний аналіз масової та міжособистісної комунікації.
48. Когнітивний та інтерактивний рівні комунікації.
49. Соціальна природа та історична обумовленість масової комунікації.
50. Сутність масової комунікації.
51. Поняття масового суспільства та масової культури у Критичній теорії (франкфуртська школа).
52. Форми та характеристики масової культури.
53. Концепція інформаційного суспільства (Белл, Тоффлер).

54. Інформаційні, нормативні, ідентифікуючі, культуротворчі функції масової комунікації.
55. Масова комунікація як соціальний інститут.
56. Взаємодія ЗМІ з іншими інституційними системами суспільства.
57. Засоби масової комунікації: визначення, види, еволюція.
58. “Гарячі” і “холодні” ЗМІ.
59. Електронні засоби масової комунікації.
60. Віртуалізація соціальних відносин.
61. Симулякри і гіперреальність (Ж. Бодрийяр).
62. Глобальна мережа: соціальні та культурні функції.
63. Різні техніки аналізу текстів/документів як засіб аналізу змісту повідомлень мас-медіа.
64. Якісні та кількісні методи вивчення документів: порівняльний аналіз.
65. Передумови виникнення формалізованих методів аналізу текстів.
66. Критерії доцільності вибору контент-аналізу для вивчення повідомлень масової комунікації.
67. Текст як об’єкт вивчення в контент-аналізі.
68. Етапи реалізації дослідження повідомлень ЗМІ за допомогою контент-аналізу.
69. Структура і динаміка значущого змісту медіа як предмет контент-аналізу.
70. Визначення об’єкта в контент-аналізі текстів.
71. Специфіка формування вибірки повідомлень в контент-аналізі.
72. Етапи побудови вибірки в контент-аналізі.
73. Визначення категорій аналізу.
74. Вимоги до категоріальної моделі контент-аналізу.
75. Одиниці рахунку та одиниці аналізу.
76. Процедурна частина проекту: організація, контроль надійності, підготовка даних до аналізу.
77. Проблема надійності результатів контент-аналізу.
78. Аналіз отриманих даних та інтерпретація результатів.
79. Періодизація і типологія досліджень ефектів масової комунікації.
80. Парадигма “тотальної дії” мас-медіа як перший етап дослідження їх ефективності.
81. Теорії “чарівної кулі” та “підшкірних ін’єкцій” (20–30-ті роки ХХ ст.).

82. Дослідження масової комунікації в 40–70-х роках ХХ ст.: парадигма “обмежених ефектів”.
83. Концепція “селективної експозиції” (К. Ховленд).
84. Двоступенева модель комунікації (П. Лазарсфельд, Е. Кац).
85. Сучасні підходи до дослідження ефектів масової комунікації.
86. Встановлення пунктів “порядок денний” (М. Маккомбс, Д. Шоу).
87. Концепція “спіралі мовчання” (Е. Ноель-Нойман).
88. Підхід “корисності і задоволення потреб” (Дж. Бламлер, Е. Кац).
89. Теорії інформаційного дефіциту.
90. Модель “залежності” (З. Болл-Рокич, М. де Флюер).

СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

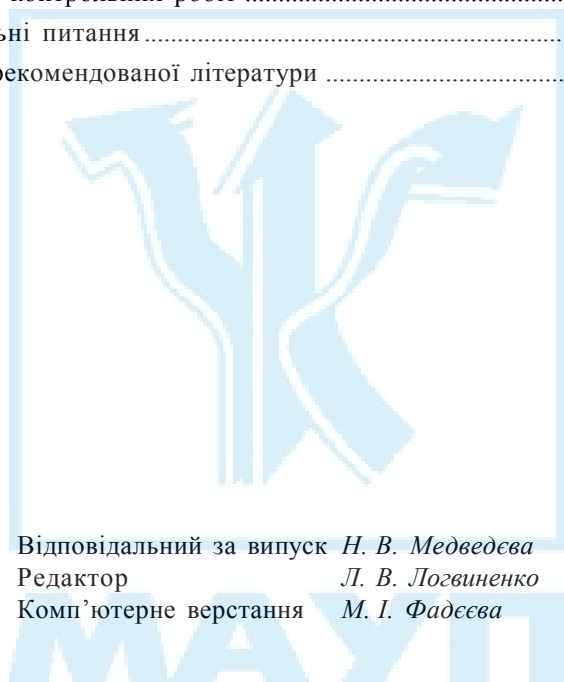
1. *Бауман З.* Индивидуализированное общество. — М., 2002.
2. *Белл Р.* Социоллингвистика: Цели. Методы. Проблемы. — М., 1980.
3. *Бергер П., Лукман Т.* Социальное конструирование реальности. — М., 1995.
4. *Березин В.* Теория массовой коммуникации. — М., 1994.
5. *Беньямин В.* Произведение искусства в эпоху его технической воспроизводимости: Избранные эссе. — М., 1996.
6. *Бодрияр Ж.* Реквием по масс-медиа // Поэтика и политика / Под ред. Н. Шматко. — М., 1999.
7. *Бодрияр Ж.* Система вещей. — М., 1998.
8. *Борев В. Ю., Коваленко А. В.* Культура и массовая коммуникация. — М., 1986.
9. *Бретон Ф., Пру С.* Взрыв коммуникации. Рождение новой идеологии. — М., 1990.
10. *Буданцев Ю.* Социология массовой коммуникации. — М., 1995.
11. *Бурдые П.* О телевидении и журналистике. — М., 2002.
12. *Валлерстайн И.* Конец знакомого мира. — М., 2003.
13. *Вебер М.* Основные социологические понятия // М. Вебер. Избранные произведения. — М., 1990.
14. *Грушин Б. А.* Массовое сознание. — М., 1987.
15. *Дейк Т. А ван.* Язык, познание, коммуникация. — М., 1989
16. *Дридзе Т. М.* Текстовая деятельность в структуре социальной коммуникации. — М., 1984.
17. *Дьякова Е., Трахтенберг А.* Массовая коммуникация и проблема конструирования реальности: анализ основных теоретических подходов. — Екатеринбург, 1999.

18. *Землянова Л. М.* Современная американская коммуникативистика. — М., 1995.
19. *Зернецька О. В.* Нові засоби масової комунікації (соціокультурний аспект). — К., 1993.
20. *Ионин Л. Г.* Понимающая социология. — М., 1978.
21. *Ионин Л. Г.* Социология культуры. — М., 1998.
22. *Иванов В. Ф.* Контент-анализ: методология і методика дослідження. — К., 1994.
23. *Кастельс М.* Информационная эпоха: экономика, общество и культура. — М., 2000.
24. *Кастельс М.* Становление общества сетевых структур // Новая постиндустриальная волна на Западе. Антология / Под ред. В. Л. Иноземцева. — М., 1997.
25. *Клюев Е. В.* Речевая коммуникация. — М., 1998.
26. *Конецкая В. П.* Социология коммуникации. — М., 1997.
27. *Коренкой А. А.* Информация и массовая коммуникация. — К., 1986.
28. *Коробейников В. С.* Редакция и аудитория: социологический анализ. — М., 1983.
29. *Костенко Н. В.* Ценности и символы в массовой коммуникации. — К., 1993.
30. *Кочергин А. Н., Коган В. З.* Проблемы информационного взаимодействия в обществе. — М., 1980.
31. *Лиотар Ж.-Ф.* Состояние постмодерна. — М., 1998.
32. *Луман Н.* Общество как социальная система. — М., 2004.
33. *Маркузе Г.* Одномерный человек. — К., 1994.
34. Медиа в выборах: между политикой и культурой / Под ред. Н. Костенко. — К., 1999.
35. *Мельник Г. С.* Mass Media: психологические процессы и эффекты. — СПб., 1996.
36. *Методологические и методические проблемы контент-анализа: В 2 т.* — М., 1973.
37. *Мид Дж.* Аз и Я // Американская социологическая мысль. Тексты. — М., 1994.
38. *Мид Дж.* Интернализированные другие и самость // Американская социологическая мысль. Тексты. — М., 1994.
39. *Мид Дж.* От жеста к символу // Американская социологическая мысль. Тексты. — М., 1994.

40. *Моль А.* Социодинамика культуры. — М., 1973.
41. *Назаров М. М.* Массовая коммуникация в современном мире: методология анализа и практика исследований. — М., 2003.
42. *Нозль Э.* Массовые опросы. — М., 1979.
43. Основы теории коммуникации / Под ред. М. Василика. — М., 2003.
44. *Почепцов Г.* Коммуникативные технологии двадцатого века. — М.; К., 2000.
45. *Современные* методы исследования средств массовой коммуникации. — Таллинн, 1983.
46. *Проблемы* сбора первичных данных в социологии средств массовой информации: Метод. рек. — М., 1984.
47. *Психолингвистические* проблемы массовой коммуникации. — М., 1974.
48. *Соколов А. В.* Введение в теорию социальной коммуникации. — Спб., 1996.
49. *Сосюр Ф.* Заметки по общей лингвистике. — М., 1990.
50. *Сосюр Ф.* Труды по общему языкознанию. — М., 1958.
51. *Социология* средств массовой коммуникации / Под ред. Ю. Буданцева. — М., 1991.
52. *Соціологія* // За ред. С. Макєва. — К., 1999.
53. *Терин В. П.* Массовая коммуникация: социокультурные аспекты политического воздействия. — М., 1999.
54. *Трескова С. И.* Социолінгвістическіе проблемы массовой коммуникации. — М., 1989.
55. *Федотова Л. Н.* Анализ содержания — социологический метод изучения средств массовой коммуникации. — М., 2001.
56. *Федотова Л. Н.* Социология массовой коммуникации. — Спб., 2003.
57. *Фирсов Б. М.* Пути развития массовой коммуникации. — М., 1973.
58. *Хабермас Ю.* Комуникативна дія і дискурс // Л. А. Ситниченко. Першоджерела комуникативної філософії: Навч. посіб. — К., 1996.
59. *Эко У.* Отсутствующая структура. — М., 1998.
60. *Эффективность* средств массовой информации / Под ред. Г. Давыдюка, В. Коробейникова. — Минск, 1986.
61. *Язык* и массовая коммуникация. — М., 1984.
62. *Язык* и моделирование социального взаимодействия. — Благовещенск, 1998.

ЗМІСТ

Пояснювальна записка	3
Навчально-тематичний план вивчення дисципліни “Соціологія макрокомунікацій”	3
Програмний матеріал до вивчення дисципліни “Соціологія комунікацій”	3
Варіанти контрольних робіт	7
Контрольні питання	8
Список рекомендованої літератури	11



Відповідальний за випуск *Н. В. Медведєва*
Редактор *Л. В. Логвиненко*
Комп'ютерне верстання *М. І. Фадєєва*

Зам. № ВКЦ-1907

Міжрегіональна Академія управління персоналом (МАУП)
03039 Київ-39, вул. Фрометівська, 2, МАУП