

МІЖРЕГІОНАЛЬНА
АКАДЕМІЯ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ



МАУП

**НАВЧАЛЬНА ПРОГРАМА
дисципліни**

**“ТЕОРІЯ ТА СОЦІОЛОГІЯ МАСОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ”
(для бакалаврів спеціальності “Журналістика”)**

МАУП

Київ 2005

Підготовлено кандидатом філологічних наук, доцентом *Т. В. Гребенюк*

Затверджено на засіданні кафедри масової комунікації, публік рилейшнз та журналістики (протокол № 1 від 14.09.04)

Схвалено Вченою радою Міжрегіональної Академії управління персоналом

Гребенюк Т. В. Навчальна програма дисципліни “Теорія та соціологія масової комунікації” (для спеціалістів спеціальності “Журналістика”). — К.: МАУП, 2005. — 22 с.

Навчальна програма містить пояснювальну записку, навчально-тематичний план, програмний матеріал до вивчення дисципліни “Теорія та соціологія масової комунікації”, вказівки до виконання контрольної роботи, завдання для контрольної роботи, контрольні питання, а також список рекомендованої літератури.

© Міжрегіональна Академія
управління персоналом (МАУП), 2005

ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА

Дисципліна “Теорія та соціологія масової комунікації” розкриває сутність, принципи, закономірності та теоретичні аспекти функціонування масової комунікації, вивчає систему наукових підходів та методів дослідження явища, пов’язаних із соціологічними аспектами його реалізації. Специфіка курсу полягає в аналізі сучасних аспектів функціонування мас-медіа в суспільстві, зокрема у висвітленні теоретичних та емпіричних можливостей дискурсивного, нарративного аналізу, методів психосемантики, експериментальної риторики, перспектив пост-модерністського погляду на суспільство.

Мета вивчення дисципліни — ознайомитись з теорією та соціологією масової комунікації як соціального процесу та виду діяльності: загальною характеристикою масово-інформаційної діяльності, специфікою і структурою комунікативного процесу, системами масової комунікації.

Завдання курсу:

- формування у студентів широкої світоглядної орієнтації у зв’язку з переоцінкою явища комунікації як інтегративної основи суспільства;
- з’ясування маніпулятивних механізмів, що керують масовою свідомістю;
- окреслення перспектив нових форм комунікації, пов’язаних, зокрема, з мережею Інтернет;
- опанування студентами методології множинного підходу до соціальної дійсності та її системного сприйняття.

На лекційних заняттях студенти здобувають теоретичні знання щодо феномену масової комунікації, а також з питань розвитку масово-комунікаційних систем в Україні та за кордоном.

На семінарських заняттях студенти закріплюють теоретичні положення тем курсу, розв’язують практичні завдання, проблемні ситуації, пов’язані з функціонуванням масової інформації в сучасному технократичному суспільстві, розглядають питання, винесені для самостійного опрацювання, беруть участь в обговоренні рефератів та доповідей.

У результаті вивчення курсу студент повинен *знати*:

- основні теоретичні положення та операційні характеристики, що стосуються понять “інформація”, “комунікація”, “соціальна і масова комунікація” і їх складових, зокрема “комунікатор”, “джерело комунікації”, “канал комунікації”, “повідомлення”, “аудиторія”, “комунікативні ефекти”, “соціальна ефективність”;
- теоретичні та методологічні засади явищ соціальної та масової комунікації;
- характеристику мас-медіа, що наводяться в різноманітних західних, українських та російських концепціях;
- правові засади функціонування мас-медіа;
- основні етапи функціонування комунікативної теорії у світовій та вітчизняній науці;

уміти:

- використовувати здобуті теоретичні знання у практиці дослідження мас-медіа;
- розробляти стратегії контент-аналізу залежно від типу повідомлення (теле-, радіоповідомлення, рекламне повідомлення, повідомлення преси) і мети дослідження;
- формувати та використовувати соціальні індикатори до-комунікативного, комунікативного та посткомунікативного вивчення поведінки і свідомості аудиторії;
- досліджувати комунікативні ефекти та соціальну ефективність масової комунікації.

МАУП

НАВЧАЛЬНО-ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН
вивчення дисципліни

“ТЕОРІЯ ТА СОЦІОЛОГІЯ МАСОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ”

№ пор.	Назва теми
1	Історія і міждисциплінарний характер вивчення масової комунікації (міжнародна та вітчизняна наукова думка)
2	Засоби масової комунікації
3	Моделі масової комунікації
4	Комунікативний простір
5	Роль і функції міжнародних організацій у врегулюванні багатосторонніх відносин у галузі масової комунікації
6	Україна в європейському і світовому масово-комунікативному просторі
7	Свобода слова і журналістська діяльність
8	Принципи інформаційних відносин
9	Глобалізація систем масової комунікації
10	Методи аналізу масової комунікації

ПРОГРАМНИЙ МАТЕРІАЛ
до вивчення дисципліни

“ТЕОРІЯ ТА СОЦІОЛОГІЯ МАСОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ”

Тема 1. Історія і міждисциплінарний характер вивчення масової комунікації (міжнародна та вітчизняна наукова думка)

Поняття інформації. Соціальна інформація, її види. Масова комунікація як організоване спілкування. Поняття засобів масової комунікації, або мас-медіа. Масова комунікація як галузь дослідження. Етапи розвитку науки про масову комунікацію. Теорія масової комунікації як наука в Україні. Визначення і зміст поняття “засоби масової комунікації”. Зв’язок між журналістикою і соціологією. Мета і завдання соціології масових комунікацій, її взаємозв’язок із журналістською наукою. Етапи розвит-

ку соціології масових комунікацій. Методи соціологічного вивчення змісту.

Література [2; 3; 15; 17; 20; 22; 26; 28; 30; 31; 33; 38; 40; 45; 47; 50; 52; 55; 58; 64]

Тема 2. Засоби масової комунікації

Виробники засобів масової комунікації — ЗМК (журналісти, письменники, працівники друкарень, редакцій, видавництв, студій тощо); виробники-організації (редакції, видавництва, студії, агенції, бюро); професійні групи виробників ЗМК (клуби, спілки, асоціації). Органи управління інформаційною індустрією: Комітет інформаційної політики, Національна рада з питань телебачення і радіомовлення. Засоби масової комунікації (друковані, електронні, аудіовізуальні), або мас-медіа, як носії масової інформації (засоби передання інформації).

Література [4–6; 12; 16; 20; 22; 24; 26; 28; 58; 59; 63; 64; 66; 69; 74; 75; 79; 82]

Тема 3. Моделі масової комунікації

Модель комунікації з позиції публік рилейшнз, реклами і пропаганди. Соціологічні та психологічні моделі комунікації. Семіотичні моделі комунікації. Моделі психотерапевтичної комунікації. Моделі міфологічної комунікації. Моделі аргументуючої комунікації. Моделі іміджевої комунікації. Моделі пропагандистської комунікації. Моделі комунікації в галузі гуманітарних знань. Прикладні моделі комунікації. Моделі комунікації в масовій культурі. Стандартна модель комунікації. Помилки в комунікації (за Фрейзелем Зейтелем). Конструкціоністська модель масової комунікації У. Гемсона. Концепції ролі преси у формуванні суспільної думки.

Література [2–4; 9; 11; 14; 17; 20; 21; 23; 25; 29–31; 38; 40; 41; 46; 47; 55; 60; 82; 84]

Тема 4. Комуникативний простір

Поняття “комуникативний простір”. Комуникативний простір України. Розвиток інформаційної індустрії як сфери виробництва ЗМК або засобів масової інформації (ЗМІ). Технологізація інформаційного виробництва як обов’язкова умова розвитку інформаційної індустрії. Поняття про технологічний предмет, технологічні засоби (телевізори, радіоприймачі, комп’ютери, друкарське обладнання тощо). Галузі інформаційного виробництва: преса, аудіовізуальна галузь (телебачення, радіомовлення), книговидавництво, електронна галузь, інформаційне забезпечення.

Література [2–6; 13; 14; 16; 18; 20–22; 26; 28; 33; 40; 59; 63; 72; 75]

Тема 5. Роль і функції міжнародних організацій у врегулюванні багатосторонніх відносин у галузі масової комунікації

ДІНАУ-Укрінформ. Австралійська модель телемовлення: зосередженість на етнографічних процесах. Роль держави в розвитку масово-комуникативних процесів (західноєвропейський контекст). Категоріальний поділ преси (за Продосом Дагтоглем). Журналістські права та обов’язки у світлі Європейської конвенції з прав людини. Національні системи телебачення Кореї і Японії. Моделі системи ЗМК Зібберта, Петерсона та Шрамма. Захист суспільної моралі в ЗМК. Televisa і TV Globo: взаємозв’язок медіа-імперій і національної політики. Приклади організації і розвитку окремих видань (німецька, іспанська преса). Ринок західної преси: прорахунки у випуску видань, організації медійних кампаній. Громадський контроль за функціонуванням ЗМК.

Література [4–6; 8; 11–14; 16; 18; 21; 27; 33; 36; 42; 45; 46; 49; 53; 54; 63; 64; 66; 70; 82]

Тема 6. Україна в європейському і світовому масово-комунікативному просторі

Національне відродження як могутній фактор формування масової журналістики нового типу (поняття української національної ідеї). Питання вдосконалення і перепідготовки національних кадрів журналістів — запорука національного відродження ЗМК. Практичне завдання: аналіз друкованого видання з позиції утвердження національної ідеї. Дієвість і ефективність ЗМК у руслі соціалізації (чинники, від яких залежить дієвість ЗМК в умовах національного відродження; умови становлення і розвитку ЗМК у системі економічних відносин; журналісти і органи державної влади). Партія свободи слова в Україні, проголошена Спілкою журналістів України. Соціальні чинники впливу на функціонування і розвиток ЗМК.

Література [4–6; 12; 13; 16; 20–22; 26; 28; 30–33; 45; 59; 63; 64; 66; 69]

Тема 7. Свобода слова і журналістська діяльність

Правові засади функціонування мас-медіа. Законодавча сфера діяльності мас-медіа. Громадський контроль за функціонуванням ЗМК. Самоконтроль у ЗМК. Закон України “Про Національну раду України з питань телебачення і радіомовлення”. Преса і вибори. Система інформаційного забезпечення самоврядування в Україні. Законодавче забезпечення механізму доступу до інформації. Проблема “межі гласності”.

Література [2–6; 8; 12; 13; 16; 18–21; 24; 26; 28; 33; 37; 45; 59; 63; 69]

Тема 8. Принципи інформаційних відносин

Основні принципи інформаційних відносин. Суб'єкт і об'єкт інформаційних відносин. Поняття інформаційної політики. Соціальна сфера, її підсистеми. Роль соціальних факторів у виконанні журналістського завдання. Засоби масової комунікації і установи освіти та культури. Причини виникнення журналістики та

історичні закономірності її розвитку. Відносини суспільства і соціальної інформації (напрями, види інформаційної діяльності).

Література [1; 2–6; 8; 12; 16; 18–21; 24; 31–34; 39; 40; 45; 58; 59; 64; 68; 69; 71; 73; 79; 81]

Тема 9. Глобалізація систем масової комунікації

Проблема глобалізації як процесу трансформації комунікативної системи у сфері масової комунікації. Дивергентність і дисперсність системи масової комунікації; структуризація, фазовість, дискретність мовлення та монополія на нього. Інформаційні технології. Стереотипізація та масифікація ЗМК. Концентрація систем масової комунікації як тенденція, пов'язана з посиленням присутності однієї або кількох компаній на кожному з ринків внаслідок їх злиття (інтеграції) з іншими. Вертикальна і горизонтальна форми концентрації систем масової комунікації. Конгломерація. Приклади транснаціональних мультимедіа-конгломератів.

Література [1; 3; 4; 6; 8; 9; 11; 12; 14; 21; 23; 27; 29; 32; 37; 39; 43; 45; 49; 55; 61; 63]

Тема 10. Методи аналізу масової комунікації

Контент-аналіз як науковий метод дослідження документів, що характеризується принципами об'єктивності, детального та повного аналізу об'єкта дослідження, суворого дотримання процедури. Зв'язок кількісного та якісного аспектів дослідження в контент-аналізі. Процедура контент-аналізу. Основні принципи контент-аналізу. Умови адекватного застосування контент-аналізу. Правила здійснення контент-аналітичного дослідження. Основні напрями розвитку контент-аналізу як галузі прикладного дослідження. Пропагандистський аналіз. Схема пропагандистського аналізу. Аналіз чуток. Комунікативні характеристики чуток. Пояснення категорії самотрансляційності.

Література [2–5; 20–22; 24–26; 29–31; 33; 35; 38; 44; 48; 52; 53; 55; 56; 59; 64; 65; 67–69; 72; 74; 77; 78; 82]

ВКАЗІВКИ ДО ВИКОНАННЯ КОНТРОЛЬНОЇ РОБОТИ

Відповідно до навчального плану студенти виконують контрольну роботу. Варіант завдання для контрольної роботи студент вибирає за останньою цифрою номера своєї залікової книжки. Остання цифра номера залікової книжки “0” відповідає варіанту 10.

Для послідовного і чіткого викладу матеріалу слід скласти план роботи.

При виконанні роботи необхідно використовувати джерела, наведені в навчальній програмі та рекомендовані на лекціях, а також підручники та нормативні акти з теми роботи.

Обсяг контрольної роботи — до 20 сторінок формату А4. Контрольна робота повинна містити вступ, основну частину і висновки. Наприкінці роботи необхідно навести список використаної літератури, вказати дату завершення виконання і поставити підпис.

Після перевірки контрольної роботи викладачем і одержання позитивної оцінки студент допускається до іспиту (заліку).

ЗАВДАННЯ ДЛЯ КОНТРОЛЬНОЇ РОБОТИ

Варіант 1

1. Зміст і структура поняття “комунікатор”
2. Етапи розвитку науки про масову комунікацію.
3. Здійснить контент-аналіз статті: Вовканич С. Інформація в системі націотворення // Універсум. — 1999. — № 5–6. — С. 168–182.

Варіант 2

1. Види соціологічних досліджень аудиторії ЗМК.
2. Засоби масової комунікації, або мас-медіа, як носії масової інформації.
3. Здійснить контент-аналіз статті: Кретов Б. Средства массовой коммуникации — элемент политической системы общества // Соц.-гуманитар. знания. — 2000. — № 1. — С. 101–116.

Варіант 3

1. Проблема ефективності масової комунікації.
2. Міфологічні моделі комунікації.
3. Здійснить контент-аналіз статті: Бауман З. Философские связи и влечения постмодернистской социологии // Вопр. социологии. — 1992. — Т. 1. — № 2. — С. 5–22.

Варіант 4

1. Текст як показник намірів комунікатора.
2. Технологізація інформаційного виробництва як обов'язкова умова розвитку інформаційної індустрії.
3. Здійснить контент-аналіз статті: Белл Д. Социальные рамки информационного общества // Новая технократическая волна на Западе — М., 1986. — С. 330–343.

Варіант 5

1. Сучасні тенденції світового газетного ринку.
2. Ринок західної преси: прорахунки у випуску видань, організації медійних кампаній.
3. Здійснить контент-аналіз статті: Витгенштейн Л. О достоверности // Вопр. философии. — 1991. — № 2. — С. 67–21.

Варіант 6

1. Роль ЗМК у політичному процесі.
2. Соціальні чинники впливу на функціонування і розвиток ЗМК.
3. Здійснить контент-аналіз статті: Герасимов В. И., Смиренский В. Б. О коммуникативных аспектах речевого взаимодействия // Тез. УП Всесоюзного симпозиума по психолингвистике и теории коммуникации. — М., 1982. — С. 31–33.

Варіант 7

1. Функції ЗМК.
2. Самоконтроль у ЗМК.
3. Здійснить контент-аналіз статті: Гуссерль Э. Парижские доклады // Логос. — 1991. — № 2. — С. 6–30.

Варіант 8

1. Проблема добору інформації.
2. Роль соціальних факторів у виконанні журналістського завдання.
3. Здійснить контент-аналіз статті: Луман Н. Что такое коммуникация // Социол. журн. — 1995. — № 3. — С. 114–128.

Варіант 9

1. Психосоціологічні методи дослідження аудиторії ЗМК.
2. Стереотипізація і масифікація ЗМК.
3. Здійснить контент-аналіз статті: Мартин Дж. Телематическое общество. Вызов ближайшего будущего // Новая технократическая волна на Западе. — М., 1986. — С. 410–430.

Варіант 10

1. Інтерв'ю, анкетування і спостереження як методи дослідження ЗМК.
2. Основні принципи контент-аналізу.
3. Здійснить контент-аналіз статті: Терин В. П. Основные направления исследования теории массовой коммуникации // Социс. — 1997. — № 11. — С. 25–32.

КОНТРОЛЬНІ ПИТАННЯ

1. Закон України “Про Національну раду України з питань телебачення і радіомовлення”.
2. Поняття інформації.

3. Соціальна інформація, її види.
4. Поняття “інформаційний простір”.
5. Поняття “комунікативний простір”.
6. Комунікативний простір України.
7. Національний інформаційний простір України: суб’єкти і предмет.
8. Основні межі (параметри) і риси національного інформаційного простору України.
9. Комунікація як процес.
10. Загальні характеристики комунікації.
11. Масова комунікація як організоване спілкування.
12. Поняття засобів масової комунікації, або мас-медіа.
13. Причини виникнення журналістики та історичні закономірності її розвитку.
14. Відносини суспільства і соціальної інформації (напрями, види інформаційної діяльності).
15. Система ЗМК України.
16. Етапи розвитку науки про масову комунікацію.
17. Зв’язок між журналістикою і соціологією.
18. Соціологія масової комунікації як галузь науки.
19. Методи соціологічного вивчення змісту.
20. Теорія масової комунікації як наука в Україні.
21. Конструкціоністська модель розвитку масової комунікації У. Гемсона.
22. Національні системи телебачення Кореї і Японії.
23. Категоріальний поділ преси (за Продосом Дагтоглем).
24. Televisa і TV Globo: взаємозв’язки медіа-імперій і національної політики.
25. Приклади організації і розвитку окремих видань (німецька, іспанська преса).
26. Ринок західної преси: прорахунки у випуску видань, організації медійних кампаній.
27. Виробники ЗМК.
28. Органи управління інформаційною індустрією.
29. Комітет інформаційної політики.

30. Національна рада з питань телебачення і радіомовлення.
31. Поняття інформаційної політики.
32. Суб'єкт і об'єкт інформаційної політики.
33. Проблеми входження України в європейський і світовий інформаційний простір.
34. Система інформаційного забезпечення самоврядування в Україні.
35. Поняття інформаційних відносин.
36. Основні принципи інформаційних відносин.
37. Суспільне і громадське телерадіомовлення.
38. Комп'ютерні системи в медійній практиці України.
39. Функції і зразки передання інформації.
40. Українська національна ідея.
41. Національні засади української журналістики.
42. Поняття результативності (ефективності й дієвості) масово-інформаційної діяльності.
43. Модель комунікації з позицій публік рилейшнз, реклами і пропаганди.
44. Моделі міфологічної комунікації.
45. Семіотичні моделі комунікації.
46. Соціологічні та психологічні моделі комунікації.
47. Моделі психотерапевтичної комунікації.
48. Моделі аргументуючої комунікації.
49. Моделі пропагандистської комунікації.
50. Моделі комунікації в галузі гуманітарних знань.
51. Прикладні моделі комунікації.
52. Моделі комунікації в масовій культурі.
53. Моделі іміджевої комунікації.
54. Комунікація як процес.
55. Суспільство як духовне явище і журналістика.
56. Класичні методи аналізу тексту.
57. Метод контент-аналізу.
58. Кількісні та якісні параметри дослідження в контент-аналізі.

59. Основні принципи контент-аналізу.
60. Умови адекватного застосування контент-аналізу.
61. Правила здійснення контент-аналітичного дослідження.
62. Основні напрями розвитку контент-аналізу як галузі прикладного дослідження.
63. Схема пропагандистського аналізу.
64. Преса і вибори.
65. Проблема “межі гласності”.
66. Законодавче забезпечення механізму доступу до інформації.
67. Критерії оцінки цінності інформації.
68. Помилки в комунікації (за Фрейзелем Зейтелем).
69. ЗМК у соціентальних системах суспільства.
70. Новітні тенденції розвитку мас-медіа.
71. Засоби масової комунікації і установи освіти та культури.
72. Журналістські права та обов’язки за Європейською конвенцією з прав людини.
73. Технологізація інформаційного виробництва як обов’язкова умова розвитку інформаційної індустрії.
74. Поняття про технологічний предмет, технологічні засоби (телевізори, радіоприймачі, комп’ютери, друкарське обладнання тощо).
75. Модель ЗМК ринку (економічна залежність).
76. Самоконтроль у ЗМК.
77. Роль держави в розвитку масово-комунікативних процесів.
78. Питання вдосконалення і перепідготовки національних кадрів журналістів — запорука національного відродження ЗМК.
79. Соціальні чинники впливу на функціонування і розвиток ЗМК.
80. Захист суспільної моралі в ЗМК.
81. Тематичний діапазон ЗМК України.
82. Стан і тенденції розвитку системи масової комунікації в Україні після здобуття незалежності.
83. Громадський контроль за функціонуванням ЗМК.

84. Проблема глобалізації як процесу трансформації комунікативної системи у сфері масової комунікації.
85. Дивергентність і дисперсність системи масової комунікації, структуризація, фазовість, дискретність мовлення та монополія на нього.
86. Стереотипізація та масифікація ЗМК.
87. Концентрація систем МК як тенденція, пов'язана з посиленням присутності однієї або кількох компаній на кожному з ринків внаслідок їх злиття (інтеграції) з іншими.
88. Вертикальна і горизонтальна форми концентрації систем масової комунікації.
89. Конгломерація.
90. Приклади транснаціональних мультимедіа-конгломератів.

СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

Основна

1. *Бауман З.* Индивидуализированное общество. — М., 2002.
2. *Березин В. М.* Теория массовой коммуникации. — М., 1997.
3. *Борев В. Ю., Коваленко А. В.* Культура и массовая коммуникация. — М., 1987.
4. *Буданцев Ю. П.* Теория и практика журналистики и массовых информационных процессов. — М., 1993.
5. *Владимиров В. М.* Основы журналистики. — Луганск, 1998.
6. *Вовканич С.* Інформація в системі націотворення // Універсум. — 1999. — № 5–6.
7. *Гейтс Б.* Бизнес со скоростью мысли. — М., 2001.
8. *Глобальні трансформації і стратегії розвитку / За ред. О. Білоуса.* — К., 1998.
9. *Дебор Г.* Общество спектакля. — М., 2000
10. *Дридзе Т. М.* Текстовая деятельность в структуре социальной коммуникации. — М., 1984.
11. *Землянова Л. М.* Современная американская коммуникативистика. — М., 1995.

12. *Зернецька О.* Глобальний розвиток систем масової комунікації і міжнародні відносини. — К., 1999.
13. *Іванов В. Ф.* Законодавство і журналістика: становлення правової бази в Україні і світовий досвід. — К., 1997.
14. *Кастельс М.* Становление общества сетевых структур // Новая постиндустриальная волна на Западе. Антология. — М., 1999.
15. *Колмогоров А. Н.* Три подхода к определению понятия “количество информации” // Проблемы передачи информации. — 1965. — Т. 1. — Вып. 1.
16. *Кретов Б.* Средства массовой коммуникации — элемент политической системы общества // Соц.-гуманитарные знания. — 2000. — № 1.
17. *Лещев С. В.* Коммуникативное, следовательно коммуникационное. — М., 2002.
18. *Литвиненко О.* Інформаційний простір та його захист: теорія і практика // Віче. — 2000. — № 10.
19. *Мальковская И. А.* Социальная коммуницируемость и асоциальность коммуникации. — М., 2003.
20. *Масова комунікація: Підручник / А. З. Москаленко, Л. В. Губерський, В. Ф. Іванов, В. А. Вергун.* — К., 1997.
21. *Массовая информация и коммуникация в современном мире / Под ред. И. А. Федякина.* — М., 1991.
22. *Массовая коммуникация в современном мире.* — М., 2000.
23. *Матвеева Л. В.* Психология телевизионной коммуникации. — М., 2000.
24. *Михайлин І. Л.* Основи журналістики: Підручник. — Х., 2000.
25. *Москаленко А. З.* Комунікативна політологія. — К., 1997.
26. *Москаленко А. З.* Теорія журналістики: Підручник. — К., 1998.
27. *Мухешвили Н. Л., Сергеев В. М., Шрейдер Ю. А.* Дискурс отчаяния и надежды: внутренняя речь и депрагматизация коммуникации // Вопр. философии. — 1997. — № 10.
28. *Москаленко А. З., Губерський Л. В., Іванов В. Ф.* Основи масово-інформаційної діяльності: Підручник. — К., 1999.

29. *Переверзев В. Н.* Металогический анализ знаковых систем. — М., 1998.
30. *Почепцов Г.* Теория и практика коммуникации. — М., 1998.
31. *Почепцов Г. Г.* Теория коммуникации. — М., 2001.
32. *Преодолевая барьеры.* Диалог между цивилизациями. — М., 2002.
33. *Сучасна українська журналістика: Поняттєвий апарат / За ред. А. З. Москаленка.* — К., 1997.
34. *Урсул А. Д.* Природа информации. — М., 1968.
35. *Федотова Л. Н.* Контент-аналитические методы исследования средств массовой информации и пропаганды. — М., 1988.
36. *Хабермас Ю.* Модерн — незавершенный проект // *Вопр. философии.* — 1992. — № 4.
37. *Хабермас Ю.* Моральное сознание и коммуникативное действие. — СПб., 2000.
38. *Шерковин Ю. А.* Процессы памяти и массовая коммуникация // *Философско-психологические проблемы коммуникации.* — М., 1971.
39. *Шерковин Ю. А.* Психологические проблемы массовых информационных процессов. — М., 1973.
40. *Шрейдер Ю. А.* Об одной модели семантической теории информации // *Пробл. кибернетики.* — М., 1965. — Вып. 13.
41. *Эко У.* Отсутствующая структура. Введение в семиологию. — СПб., 1998.
42. *Ясперс К.* Смысл и назначение истории. — М., 1994.

Додаткова

43. *Бауман З.* Философские связи и влечения постмодернистской социологии // *Вопр. социологии.* — 1992. — Т. 1.
44. *Безменова Н. А., Герасимов В. И.* Некоторые проблемы теории речевых актов // *Языковая деятельность в аспекте лингвистической прагматики.* — М., 1984.

45. *Белл Д.* Социальные рамки информационного общества / / Новая технократическая волна на Западе. — М., 1986.
46. *Бодрийяр Ж.* Система вещей. — М., 1995.
47. *Бриллюэн Л.* Наука и теория информации. — М., 1960.
48. *Буш Г.* Диалогика и творчество. — Рига, 1985.
49. *Вдовина И. С.* Эстетика французского персонализма. — М., 1981.
50. *Винер Н.* Кибернетика и общество. — М., 1958.
51. *Витгенштейн Л.* О достоверности // *Вопр. философии.* — 1991. — № 2.
52. *Герасимов В. И., Смиренский В. Б.* О коммуникативных аспектах речевого взаимодействия // *Тез. УП Всесоюз. симпозиума по психолингвистике и теории коммуникации.* — М., 1982.
53. *Греймас А., Курте Ж.* Семиотика. Объяснительный словарь // *Семиотика.* — М., 1983.
54. *Гуссерль Э.* Парижские доклады // *Логос.* — 1991. — № 2.
55. *Дейк ван Т. А.* Язык. Познание. Коммуникация. — М., 1989.
56. *Каган М. С.* Мир общения. — М., 1988.
57. *Киселева Л. А.* Вопросы теории речевого воздействия. — Л., 1978.
58. *Конецкая В. П.* К обоснованию категорий и единиц социально-информационной коммуникации // *Вестн. МГУ. Сер. 18. Социология и политология.* — 1997. — № 1.
59. *Костенко Н.* Розд. 6. Масова комунікація // *Соціологія: теорія, методи, маркетинг.* — 1998. — № 6.
60. *Лотман Ю. М.* О двух моделях коммуникации в системе культуры // *Труды по знаковым системам.* — Тарту, 1973. — Вып. 6.
61. *Луман Н.* Теория общества // *Теория общества.* — М., 1999.
62. *Луман Н.* Что такое коммуникация // *Социол. журн.* — 1995. — № 3.
63. *Мартин Дж.* Телематическое общество. Вызов ближайшего будущего // *Новая технократическая волна на Западе.* — М., 1986.

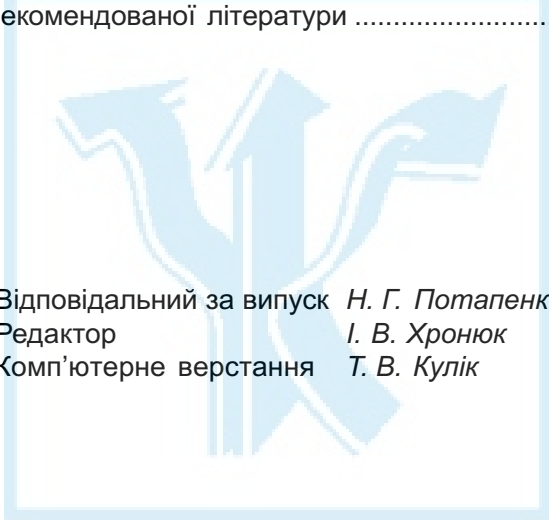
64. *Массовая информация в советском промышленном городе: опыт социологического исследования.* — М., 1980.
65. *Моль А. Социодинамика культуры.* — М., 1973.
66. *Проблемы речевого воздействия на аудиторию в зарубежной социально-психологической литературе.* — Л., 1973.
67. *Психолингвистические проблемы массовой коммуникации.* — М., 1974.
68. *Речевое общение: проблемы и перспективы.* — М., 1988.
69. *Родионов Б. А. Коммуникация как социальное явление.* — Ростов н/Д, 1984.
70. *Сартр Ж.-П. Первичное отношение к другому: любовь, язык, мазохизм // Проблема человека в западной философии.* — М., 1988.
71. *Семенюк Э. П. Информационный подход к познанию действительности.* — К., 1988.
72. *Серль Дж. Природа интенциональных состояний // Философия. Логика, язык.* — М., 1987.
73. *Смысловое восприятие речевого сообщения (в условиях массовой коммуникации).* — М., 1976.
74. *Терин В. П. Основные направления исследования теории массовой коммуникации // Социс.* — 1997. — № 11.
75. *Турен А. От обмена к коммуникации: рождение программированного общества // Новая технократическая волна на Западе.* — М., 1986.
76. *Урсул А. Д. Природа информации.* — М., 1968.
77. *Философско-психологические проблемы коммуникации.* — Фрунзе, 1971.
78. *Философско-психологические проблемы коммуникации.* — М., 1971.
79. *Хабермас Ю. Теория коммуникативного действия // Вестн. МГУ. Сер. 7. Философия.* — 1993. — № 4.
80. *Хайдеггер М. Бытие и время.* — М., 1997
81. *Шеннон К. Э. Работы по теории информации и кибернетике.* — М., 1963.

82. *Шерковин Ю. А.* Возможные сопутствующие эффекты массовых коммуникационных процессов и их социально-психологическая значимость // Прикладные проблемы социальной психологии. — М., 1983.
83. *Эшби У. Р.* Введение в кибернетику. — М., 1959.
84. *Якобсон Р.* Лингвистика и поэтика // Структурализм “за” и “против” — М., 1975.



ЗМІСТ

Пояснювальна записка	3
Навчально-тематичний план вивчення дисципліни “Теорія та соціологія масової комунікації”	5
Програмний матеріал до вивчення дисципліни “Теорія та соціологія масової комунікації”	5
Вказівки до виконання контрольної роботи	10
Завдання для контрольної роботи	10
Контрольні питання	12
Список рекомендованої літератури	16



Відповідальний за випуск *Н. Г. Потапенко*
Редактор *І. В. Хронюк*
Комп'ютерне верстання *Т. В. Кулік*

Зам. № ВКЦ-2228

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