

СОЦИОЛОГИЯ МАССОВОЙ КОММУНИКАЦИИ

Целью курса «Социология массовой коммуникации» является обучение современным теориям массовой коммуникации. Массовая коммуникация, пронизывая все сферы жизнедеятельности общества, оказывает всеобъемлющее влияние, иногда явное, а порой и скрытое, как на все общество в целом, так и на каждого отдельного человека. На лекциях рассматриваются этапы развития средств коммуникации, социологические концепции массовой коммуникации, механизмы осуществления роли СМК в жизни социума. Доказывается, что массовые коммуникации становятся эффективным инструментом политического воздействия, формируемый средствами массовой коммуникации образ мира усваивается, корректируя мысли и действия людей, влияет на восприятие действительности. Курс знакомит слушателей с особенностями функционирования и воздействия СМК на различную аудиторию, процессы, происходящие во всех сферах жизнедеятельности общества, как на локальном, так и на глобальном уровне.

В результате обучения студент должен:

знать

- основные сегменты информационно-коммуникативного пространства, факторы, влияющие на его динамику, и основные тенденции его развития в России и мире;
- ведущие теории и иметь представление о практике взаимодействия средств массовой коммуникации с аудиторией и политическими институтами.

уметь

- применять полученные базовые знания для исследования аудитории СМК,
- решать задачи, связанные с анализом процессов формирования или изменения установок, стереотипов и мнений в аудиториях, ролью коммуникатора в этом процессе;

владеть навыками

- анализа процессов восприятия содержания, переработки, запоминания и принятия или непринятия коммуникационного воздействия;
- анализа воздействия эффектов массовой коммуникации на потенциальную аудиторию.

Форма промежуточной аттестации – зачет.