

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Косенко Сергей Михайлович
Должность: ректор
Дата подписания: 14.06.2024 09:27:36
Уникальный программный ключ:
e3a68f3eaa1e62674b54f4998099d3d6bfdcf836

Оценочные материалы для промежуточной аттестации по дисциплине

Социология массовых коммуникаций

Код, направление подготовки	42.03.01 РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ
Направленность (профиль)	Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере
Форма обучения	очная
Кафедра-разработчик	Философии и права
Выпускающая кафедра	Психологии

Типовые задания для контрольной работы:

1. Структурно-функциональный анализ Yandex и Google как библиотек веб-контента.
2. Сравнительный анализ Amazon и eBay как катализаторов потребительской активности пользователей.
3. Критическая оценка роли Wikipedia в формировании массового сознания пользователей Интернет.
4. Структура и функции sms-спама в информационном обществе.
5. Функции блогосферы на стадии информационной войны.
6. Сравнительный анализ блогосферы и общественного сознания.
7. Структурно-функциональный анализ выбранного сегмента российского медиапространства (самостоятельный выбор).

Типовые вопросы к экзамену:

Предметная область социологии массовой коммуникации.

2. Определения массовой коммуникации. Особенности массовой коммуникации.
3. Сравнительный анализ видов коммуникации: межличностная и массовая.
4. Линейная модель коммуникации К. Шеннона.
5. Трансмиссионная модель коммуникации Г. Лассвелла.
6. Символическая модель массовой коммуникации В. Шрамма.
7. Функции массовой коммуникации в обществе.
8. Функции массовой коммуникации по отношению к индивиду.
9. Системно-структурный подход и структурный функционализм. Проблемы и возможности.
10. Социодинамическая теория СМК. Теория мозаичной культуры А. Моля.
11. Медиа как средство поддержания системной стабильности. Системная теория М. де Флёр.
12. СМК в концепции самореферентных социальных систем Н. Лумана.
13. Концепция идеологии в марксизме.
14. Структуралистская интерпретация идеологии Л. Альтюссера.
15. Понятие «гегемонии» в СМК.
16. Критическая теория массовой коммуникации франкфуртской школы. Проблемы и перспективы. «Понятие индустрии культуры»

17. Т. Адорно, М. Хоркхаймер о роли образования в развитии проекта «Просвещение».
18. Теория технического воспроизводства культуры В. Беньямина.
19. Критика тенденций современного телевидения Н. Постманом.
20. Характеристика постмодернизма и его значения для теории СМК.
21. Концепция «всемирной деревни» в «Галактике Гуттенберга» М. Маклюэна.
22. «Общество спектакля» Г. Дебора. Типология обществ спектакля.
23. Концепция симулякров и общества потребления Ж. Бодрийера.
24. СМК и гражданское общество. Интерпретации понятия «гражданское общество».
25. Массовая информация и права и свободы личности.
26. Анализ развития СМК У. Липманом и Дж. Дьюи.
27. СМК и публичная сфера Ю. Хабермаса.
28. Характеристика современных процессов потребления в американском обществе в работе Ж. Бодрийера «Америка» (по тексту).
29. Идеология в средствах массовой коммуникации по Дж. Томпсону (по тексту).
30. Структура и функции массовой коммуникации Г. Лассвелла (по тексту).