

Тема 14.
“Соціологія
масових
комунікацій”

План.

1. Об'єкт, предмет, історія виникнення.
2. Основні підходи до вивчення масових комунікацій.
3. Особливості функціонування ЗМІ.
4. Соціальні мережі як інструмент комунікації (сам.

1. Об'єкт, предмет, історія виникнення.

Комунікація (лат. – зв'язок, повідомлення) – передавання інформації від однієї системи до іншої за допомогою сигналів чи спеціальних матеріальних носіїв.

Види комунікації:

- Вербальна (передача інформації за допомогою усних чи друкованих слів).



Візуальна (за допомогою образного ряду),
Аудіальна (орієнтованою на сприйняття за допомогою слуху)



Video



Невербальна (коли одержувач інформації інтерпретує міміку, жести, СИМВОЛИ ТОЩО), Комбінована.



- Масова комунікація – систематичне та одночасне поширення однотипних повідомлень у великих аудиторіях з метою інформування та здійснення ідеологічного, політичного, економічного, психологічного, організаційного впливу на думки, оцінки і поведінку людей.

- Масова інформація – стереотипізована інформація, яка оперативно та регулярно поширюється на велику, географічно розширену аудиторію



Інформація і комунікація є двома рівнями процесу спілкування.

- 1. Пов'язаний з поширенням соціально важливих відомостей серед широкої аудиторії (інформація).**
- 2. Одержана аудиторією інформація поєднується з системою існуючих норм і цінностей, регулює контакти з оточуючим середовищем (комунікація).**

- Соціологія масових комунікацій – галузь соціології, предметом якої є закономірності масових інформаційних явищ і процесів, діяльність соціальних інститутів, що виробляють та поширюють масову інформацію.

- **Особливості засобів масової інформації:**
- **широта аудиторії, спрямованість і швидкість інформаційного впливу;**
- **сила, комунікативність, постійність і багатofакторність впливу;**
- **єдність пропагандистського, виховного та інформаційного впливу;**
- **багатство методів і форм впливу;**
- **доступність, поширеність, динамічність інформації.**

Функції ЗМІ:

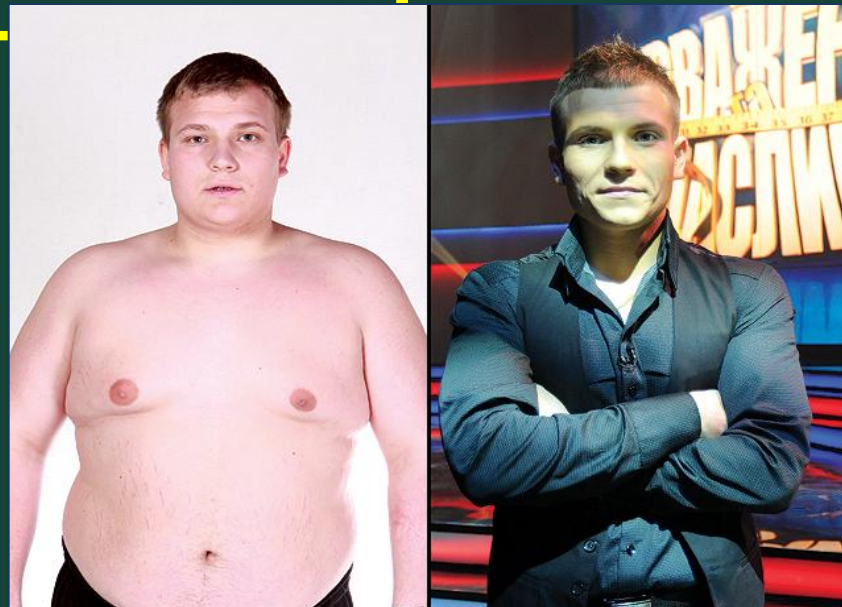
- інформаційна – спрямована на задоволення інформаційних потреб індивідів і соціальних груп щодо різноманітних подій в суспільстві та світі;



- комунікативна –
полягає в організації інформаційної взаємодії між різними соціальними верствами населення, а також між громадськістю та джерелом її інформування;



- виховна – пов'язана з формуванням, зміною установок та ціннісних орієнтацій індивідів, заохочуванням аудиторії до пропаганди певного способу життя, з формуванням суспільно значущих рис, засвоєнням соціальних



- управлінська – виявляє себе в контролі за взаєминами між членами суспільства, а також між ними і системою керівних органів;



- соціальної ідентифікації – базується на потребі людини відчувати свою спільність з певними соціальними групами, верствами тощо;



- соціальної адаптації та орієнтації —
спирається на потреби аудиторії в
інформації для орієнтування у
соціальних процесах та явищах,
адаптації до змін соціальних,
політичних, економічних умов життя.

ТЕЛЕБАЧЕННЯ ТВОЄЇ КРАЇНИ!



ЦИФРОВЕ ЕФІРНЕ
ТЕЛЕБАЧЕННЯ
УКРАЇНИ

32 цифрових
канали

НОВИНИ ВІД DIGITAL TV
ВСЕ ПРО ЦИФРОВЕ ТВ T2



- відтворення певного емоційно-психологічного тону – спрямована на зняття психологічної напруги тощо;



• рекреативна – пов'язана з
відпочинком, розвагами

ТОЩО



2. Основні підходи до вивчення масових комунікацій.

1. Концепція тотального впливу.

Громадська думка формується здебільшого під тотальним впливом масової інформації. Така інформація багато в чому визначає соціальні цінності й стереотипи, культурні домінанти в суспільстві. Поняття

«пропаганда» є центральним.

2. Концепція обмежених ефектів.

- ЗМІ є відокремленими і незалежними від владних структур соціальними інститутами, які є генераторами і поширювачами інформації, майже вільними від зовнішнього тиску. Їх завдання полягає в інформуванні суспільства, а не тотальному

3. Концепція глобалістської орієнтації.

- ЗМІ творять нову культуру, нові засади спілкування та взаємодії людей. Світове співтовариство із сукупності відокремлених елементів під впливом нових можливостей ЗМІ перетворюється на «світове селище» - утворення однорідних структурних одиниць.

4. Семіотична концепція.

- Центральними в ній є питання, пов'язані із значенням, особливостями передачі інформації, співвідношенням реальності та ідеології у процесі масової комунікації. Сучасна ідеологія, на думку представників цього напрямку (Р. Барт, У. Єко), функціонує вже не як система догм, лозунгів, доктрин і теорій, а як цілісний знаковий простір, як окрема мова.

5. Постмодерністські концепції.

- Протягом історії відбулася еволюція знаків, за допомогою яких людство фіксувало навколишню реальність. Серед них(за Ліотаром):
 - **знаки безпосередньої базової діяльності;**
 - **знаки, що спотворюють базову реальність, але залишаються пов'язаними з нею (реалістичні художні твори);**

- знаки, що маскують відсутність базової реальності (ікона – зображення Бога, система права);
- симулякри – знаки, що не мають жодного відношення до базової реальності, створюють своєрідну «паралельну» реальність (більшість знаків сучасної системи масової комунікації).

3. Особливості функціонування ЗМІ

- Функціонування і розвиток системи масової комунікації в сучасній Україні має свої особливості, що зумовлено як загальними сутнісними характеристиками трансформаційних суспільств, так і власне українськими реаліями. З огляду на це соціологію цікавить вплив соціальних процесів на особливості функціонування ЗМІ, а також і те, як модифікація ЗМІ позначається на соціальному бутті.

- Дедалі частіше соціологи вказують на те, що ЗМІ перетворюються на важелі управління, навіть маніпулювання громадською думкою. Легітимізація дій влади, намагання подати їх такими, що підтримуються суспільством, інтегрування широкої аудиторії – усі ці аспекти перебувають у центрі уваги дослідників масової комунікації. Дослідження останніх років свідчать про різке посилення контролю за інформацією з метою управління громадською думкою.

- **Легітимізація владних дій, створення позитивної громадської думки щодо владних структур, підтримка домінуючих ціннісних орієнтирів у суспільстві – саме цього влада чекає від мас-медіа. Українські реалії останнього десятиріччя свідчать про використання владою ЗМІ у політичних цілях та їх само ініціативне підключення до системи ідеологічного тиску.**

Висновок.

- Громадська думка є феноменом, що функціонує не лише на основу інформації, переданої через канали комунікації, а будучи достатньо автономною, селекціонує, фільтрує цю інформацію. Тому не все, що циркулює каналами ЗМІ, ефективно впливає на суспільство. Прямий ідеологічний тиск може бути ослаблений проголошенням в сучасному суспільстві орієнтації на громадянські права, оскільки можливість оприлюднення власної позиції є ефективним важелем соціального контролю за масовою комунікацією.

План семінарського заняття:

- Сутність поняття комунікації.
- Предмет дослідження соціології масових комунікацій.
- Структура засобів масової інформації.
- Функції засобів масової інформації.
- Основні підходи до вивчення масової комунікації.
- Особливості функціонування ЗМІ.

Теми для обговорення та повідомлень:

- **Поняття, функції та особливості соціальних мереж**
- **Класифікація соціальних мереж**
- **Найпопулярніші соціальні мережі: Україна та світ**
- **Соціальні мережі: аспекти впливу на людину**
- **Соціальні мережі як глобальна революція спілкування**
- **Соціальні мережі: переваги та загрози спілкування**
- **Правила безпеки в соціальних мережах**
- **Блогерство як канал масової комунікації**
- **Блогери та гейтери**

Теми рефератів та повідомлень:

- Предмет дослідження соціології масових комунікацій.
- Структура засобів масової інформації.
- Особливості функціонування ЗМІ.
- Постмодерністські концепції мас-медіа.
- Історія виникнення ЗМІ.
- Теорія масової людини.
- Інформаційне суспільство.
- Вибірчі технології в сучасному соціумі.
- Блогерство як канал масової комунікації

Рекомендована література:

- Піча В.М. Соціологія. К., 2008.
- Соціологія. Підручник. / за ред.. В.Г. Городяненко. – К.: 2005.
- Черниш Н. Соціологія. Курс лекцій. Львів, 2008.
- Соціологія. Навч. Посібник / за ред.. С.О. Макеєва. – К.: 1999.
- Соціологія. Підручник. / за ред.. В.П. Андрущенко, М.І. Горлача. Київ, 1998.