**Тема 6. Массовая коммуникация**

*Что можно почитать по теме*

1. *Кашкин, В. Б*. Введение в теорию коммуникации : учеб. пособие / В. Б. Кашкин. – Воронеж : Изд-во ВГТУ, 2000. – 175 с. – Лекция 7. Групповая и массовая коммуникация.

2. Основы теории коммуникации : учебник / под ред. проф. М.А. Василика. – М. : Гардарики, 2003. – 615 с. – Гл. 11. Массовая коммуникация.

3. *Конецкая, В. П*. Социология коммуникаций: учебник / В. П. Конецкая. – М. : Междунар. ун-т бизнеса и управления, 1997. – 304 с. – Гл. X. Массовая коммуникация (теоретический аспект); Гл. XI. Массовая коммуникация (прагматический аспект); Гл. XII. Массовая коммуникация (экспериментально-прикладной аспект).

﻿

**Задание 1. Соотнесите функции массовой коммуникации в обществе и их определения.**

|  |  |
| --- | --- |
| * Информационная функция
* Регулирующая функция
* Функция социализации
* Культурологическая функция
* Рекреативная (развлекательная) функция
* Функция социальной мобилизации
 | * Ознакомление с достижениями культуры и искусства, осознание обществом необходимости преемственности культуры, сохранения культурных традиций. Знакомство с особенностями различных культур и субкультур. Развитие эстетического вкуса, снятие социальной напряженности, интеграция общества.
* Пропаганда социальных норм, этических требований, эстетических принципов, в т.ч. образа жизни, стиля одежды, формы общения.
* Обеспечение людям отдыха, восстановления сил, снятие социального напряжения.
* Предоставление массовому читателю, слушателю и зрителю актуальной информации о самых различных сферах деятельности – деловой, научно-технической, политической, юридической, медицинской и т.п.
* Решение специфических задач, которые выполняет массовая коммуникация во время различных кампаний (политических, религиозных и т.д.).
* Установление контактов, контроль над обществом. Формирование общественного сознания группы и личности, формирование общественного мнения и создание социальных стереотипов. Манипулирование и управление общественным сознанием.
 |

Проверить

﻿

**Задание 2. Соотнесите функции массовой коммуникации, связанные с удовлетворением потребностей индивидов, и их определения.**

|  |  |
| --- | --- |
| * Информационная функция
* Функции личностной идентификации
* Функция интеграции и социального общения
* Функция развлечения
* Культурологическая функция
 | * Осуществление познавательной задачи: ознакомление с достижениями культуры, науки, искусства. Знакомство со спецификой культурных традиций, культурами и субкультурами.
* Понимание положения другого, переживания; формирование основы для диалога, социального общения; помощь в реализации социальных ролей; возможность общения с семьей, друзьями, обществом.
* Стабилизация индивидуальных ценностей, получение сведений о моделях поведения. Идентификация с ценностями других, достижение понимания самого себя.
* Эмоциональная разрядка, заполнение свободного времени, эскапизм, уход от проблем, получение эстетического наслаждения.
* Нахождение информации о событиях и условиях жизни непосредственного окружения индивида, общества, мира в целом; удовлетворение общих интересов и любознательности; обучение и самообразование; поиск советов, необходимой информации для принятия решения.
 |

Проверить

﻿

**Задание 3. Ниже приводятся названия телевизионных передач и газетных/журнальных рубрик.
А. Что из приведенного относится к телевидению, а что – к прессе? Всегда ли это можно определить точно? Почему?
Б. Как вы считаете, о чем каждая рубрика/передача?
В. Какие функции массовой коммуникации можно связать с каждым названием? Всегда ли речь идет об одной возможной функции?**

«Прямой эфир»
«Киноблокнот»
«Ночные новости»
«Мультпарад»
«Лицо с обложки»
«Только у нас»
«Вести. Дежурная часть»
«Тени Средневековья»
«Окно в природу»
«Свободное время»
«Главное»
«Контрольная закупка»
«Об этом говорят»
«У соседей»
«Звездные истории»
«Сегодня»
«Регионы»
«Есть ответ»
«Сезон охоты»
«Суд присяжных»
«Делай как мы, делай лучше нас»
«Школа выживания»

﻿

**Задание 4. Составьте список ваших любимых печатных изданий, а также список ваших любимых теле- и радиопередач. О наличии каких потребностей свидетельствует ваш выбор?**