

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://studservis.ru/gotovye-raboty/kursovaya-rabota/361368>

Тип работы: Курсовая работа

Предмет: Коммуникационные технологии

ВВЕДЕНИЕ

ГЛАВА 1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ МАССОВОЙ КОММУНИКАЦИИ КАК ФАКТОРА РЕГУЛИРОВАНИЯ МАССОВОГО ПОВЕДЕНИЯ

1.1 Понятия, функции и механизмы массовой коммуникации

1.2 Методы воздействия массовой коммуникации на массовое поведение

ГЛАВА 2 ИССЛЕДОВАНИЕ МАССОВОЙ КОММУНИКАЦИИ КАК ФАКТОРА РЕГУЛИРОВАНИЯ МАССОВОГО ПОВЕДЕНИЯ

2.1. Телевидение как основной канал массовой коммуникации и место телевидения в жизни общества

2.2. Влияние массовой коммуникации на уровень самоубийств

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

Актуальность темы заключается в том, что массовая коммуникация является одним из таких важных явлений общества, которое существенно влияет на развитие социальных отношений, активно участвует в процессе формирования общественного мнения и процессе социализации. С развитием средств массовой коммуникации меняется и само социальное существование человека, его мировоззрение, культура. Адаптация человека к новым информационным технологиям сопряжена с серьезными проблемами. Человек становится активным участником новых информационных процессов.

Массовая коммуникация - это система взаимосвязи, которая позволяет практически одновременно получать доступ к социально значимым сообщениям большому количеству людей, независимо от местоположения, ситуации, социального статуса. Это общение развивается за счет использования технических средств воспроизведения и передачи сообщения. Как правило, массовые коммуникации осуществляются специализированными организациями (издательствами, агентствами, издательствами, студиями). Проблематика эффектов массовой коммуникации является одной из достаточно развитых и изученных областей знаний. Исследователям часто поручали изучать, как общение влияет на людей. Расширению исследований в этой области способствовали актуальные социальные проблемы — необходимость изучения средств массовой информации как возможного источника насилия, разочарования и агрессии. На сегодняшний день необходимо знать и уметь избегать воздействия массовых коммуникаций на массовую аудиторию.

Объект исследования: массовые коммуникации.

Предмет исследования: особенности влияния различных форм массовых коммуникаций на регулирование массового поведения.

Цель исследования: исследовать массовую коммуникацию как фактор регулирования массового поведения.

Задачи:

- рассмотреть понятия, функции и механизмы массовой коммуникации;
- изучить методы воздействия массовой коммуникации на массовое поведение;
- проанализировать телевидение как основной канал массовой коммуникации и место телевидения в жизни общества;
- описать влияние массовой коммуникации на уровень самоубийств.

В основу курсовой работы были положены труды ученых, осветивших проблему исследования массовых коммуникаций, а именно Зуляра Ю.А., Конечкой В.П., Пономарева Н.Ф., Кретовой Б.Е., Березина В.М., а также Харриса Р.

Несомненно, коммуникативная роль СМИ не может рассматриваться вне контекста общероссийских преобразований, трансформации всей социальной системы. В связи с этим научные выводы российских политологов М. В. Ильина, Ю. С. Пивоварова, В. Я. Гельмана, исследующих политическое развитие России в 1990-е годы, помогают разобраться в специфике российской политической коммуникации.

В трудах классиков западной социологической и политической науки А. де Токвиля, М. Вебера, Г. Лассуэлла, А. Лойфара, Д. Стремберга и др. раскрывается сущность и логика политических процессов, обращается

внимание на предпосылки и условия трансформационных процессов, трансформации общества. политической системы.

Для реализации вышеуказанных целей и задач используется метод теоретического анализа при рассмотрении концепций, функций, основных моделей массовых коммуникаций, а также метод сравнительного анализа.

Структура работы. Данная работа состоит из введения, двух глав, заключения и списка использованной литературы.

ГЛАВА 1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ МАССОВОЙ КОММУНИКАЦИИ КАК ФАКТОРА РЕГУЛИРОВАНИЯ МАССОВОГО ПОВЕДЕНИЯ

1.1 Понятия, функции и механизмы массовой коммуникации

В современных условиях внимание к такому социальному явлению, как общение, значительно возросло.

Коммуникация становится объектом исследования на разных уровнях и в разных концепциях:

социологическом, кибернетическом, политическом, социобиологическом, философском, психологическом, лингвистическом, культурном и т. д. Такая ситуация вполне естественна и объяснима, поскольку происходящая в современном мире глобальная трансформация индустриального общества в информационно-коммуникационное сопровождается не только проникновением коммуникации во все сферы жизнедеятельности общества, возникновением и развитием информационных технологий, развития нового типа структур и коммуникативных процессов, а также глубокого переосмысления коммуникативной природы социальной реальности, современных изменений в социально-коммуникативной сфере, о месте и роли коммуникаций в развитии общества., их влияние на характер общественных отношений.

Коммуникация в широком смысле включает в себя как систему, в которой осуществляется взаимодействие; и процесс взаимодействия; и средства коммуникации, позволяющие создавать, передавать и получать разнообразную информацию. В 1969 году Ж. д'Арси впервые во Франции подчеркнул необходимость признания права человека на общение, включая в это понятие возможность обеспечения как материальных, так и духовных условий общения. Коммуникация является объектом изучения многих наук: семиотики, социологии, этнографии, психологии, риторики, а также кибернетики, информации и ряда других естественнонаучных дисциплин. Сегодня это понятие используется в двух смыслах: путь сообщения, сообщение из одного места в другое (например, транспортное сообщение, подземные коммуникации); коммуникация, передача информации от человека (группы) к человеку (группе); специфическая форма их взаимодействия в жизненном процессе с помощью языка и других форм

Исследователи проблем массовых коммуникаций подчеркивают, что существует множество определений коммуникации. В настоящее время понятие «общение», по мнению Ф. И. Шаркова, имеет три основных толкования. Во-первых, коммуникация представлена как средство связи всех объектов материального и духовного мира, то есть как определенная структура. Во-вторых, это общение, в ходе которого люди обмениваются информацией. В-третьих, коммуникация включает передачу и массовый обмен информацией с целью воздействия на общество и его составляющие.

Т. В. Науменко, анализируя феномен массовой коммуникации, выделяет следующие определения. Общение - это «передача информации, идей, оценок или эмоций от одного человека (или группы) другому (или другим) в основном с помощью символов». "Коммуникация в широком смысле включает в себя как систему, в которой осуществляется взаимодействие, процесс взаимодействия, так и средства коммуникации, позволяющие создавать, передавать и получать разнообразную информацию." "Коммуникация - это социально обусловленный процесс передачи и восприятия информации в условиях межличностного и массового общения по различным каналам с использованием различных средств коммуникации (вербальных, невербальных и других).

Последнее определение, на наш взгляд, наиболее подходит для выражения сущности такого социального явления, как коммуникация, поскольку отражает суть коммуникации - однострочную направленность информационного воздействия. Общение, на наш взгляд, представляет собой субъектно - объектные отношения. Этот процесс не всегда можно квалифицировать как принуждение другого к выполнению действия. Например, уровень паралингвистического общения (мимика, жесты и т. д.). Д.) дает достаточный объем информации о предмете акта общения, но не всегда может рассматриваться как принуждение к действию.

В современной научной литературе выделяют различные виды коммуникаций: внутриличностное (личное) общение, межличностное, внутригрупповое, межгрупповое, межкультурное, массовое общение.

Существуют разные подходы к типологии коммуникаций. Рассмотрите различные типы коммуникаций, классифицируя их по наиболее значимым признакам.

В зависимости от масштаба коммуникативного процесса и массы вовлеченных людей различают массовую группу (на уровне социальной системы), средний уровень (ограниченная по масштабу социальная группа и организации - внутриорганизационные коммуникации) и местный (семья, триада и т. д.), внутригрупповой (внутрисистемное взаимодействие). не превышает определенной группы), межгрупповой (между разными группами или большой группой с ее достаточно независимыми подгруппами).

1. Анхимова Р.В. Средства массовой информации как часть коммуникативной системы // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. – 2022. – № 3-3. – С. 464-468
2. Бакулев Г. П. Массовая коммуникация. Западные теории и концепции: учебное пособие для вузов. - М.: Глобал, 2020. – 175 с.
3. Викулова Л. Г. Основы теории коммуникации: практикум. – М.: АСТ, 2020. – 316 с.
4. Гавра, Д. Основы теории коммуникации. - СПб.: Питер, 2021. - 288 с.
5. Голуб О. Ю. Теория коммуникации: учебник. – М. : Дашков и Ко, 2021. – 387 с.
6. Гончарова, Л.М. Основы теории коммуникации: Учебное пособие - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2019. - 352 с.
7. Горина, Е. В. Коммуникативные технологии манипуляции в СМИ. – Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2020. - 67 с.
8. Есина, А.С. Основы теории коммуникации (для бакалавров). - М.: КноРус, 2019. - 256 с.
9. Исаков, А. Е. Воздействие средств массовой информации на человека // Молодой ученый. — 2022. — № 27 (422). — С. 144-146.
10. Ильченко, С. Как нас обманывают СМИ. Манипуляция информацией. – СПб.: Питер, 2019. – 369 с.
11. Кара-Мурза, С.Г. Манипуляция сознанием-2. – М.: Эксмо, Алгоритм, 2020 – 331 с.
12. Кашкин В.Б. Введение в теорию коммуникации: Учеб. Пособие. - Воронеж: Изд-во ВГТУ, 2020. - 175 с.
12. Конюхова Т.В. Влияние СМИ на массовое сознание в информационном обществе // Фундаментальные исследования. – 2021. – № 3. – С. 71-72
14. Назаров, Б.Н. Массовая коммуникация и общество – М.: Либроком, 2020. – 298 с.
15. Нахимова, Е.А. Основы теории коммуникации: Учебное пособие. - М.: Флинта, Наука, 2019. - 164 с.
16. Науменко, Т.В. Социология массовой коммуникации. – М.: Кнорус, 2019. – 197 с.
17. Плониш В. Ю. Теория и практика массовой информации: учебное пособие. - СПб.: Питер, 2019. – 166 с.
18. Романов А. А. Массовые коммуникации: учеб. пособие– М. : Вузовский учебник, 2021. – 236 с.
19. Сидоров, Е.В. Общая теория речевой коммуникации - М.: РГСУ, 2019. - 222 с.
20. Соколов А. В. Общая теория социальной коммуникации : учеб. пособие - СПб.: Питер, 2021. - 460 с.
21. Терентьева, Ю. В. Массовая коммуникация и ее роль в конструировании прошлого, настоящего и будущего // Молодой ученый. — 2020. — № 2 (2). — С. 248-251.
22. Федоров А.В. Медиаобразование и медиаграмотность. - Таганрог: Изд-во Кучма, 2019. -340 с.
23. Чамкин, А.С. Основы коммуникологии (теория коммуникации): Учебное пособие. - М.: Инфра-М, 2020. - 384 с.
24. Шарков, Ф.И. Коммуникология: основы теории коммуникации: Учебник для бакалавров. - М.: Дашков и К, 2020. - 488 с.

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://studservis.ru/gotovye-raboty/kursovaya-rabota/361368>