**Контрольная работа**

по дисциплине «Социология массовых коммуникаций»

**Цель:** приобрести навыки научного изложения материала и умения обобщать факты, делать на их основе теоретические и практические выводы.

**Задание:**

Написать реферат на заданную темы.

Тема выбирается по двум последним цифрам пароля (таблица 1) из списка тем.

Таблица 1 – Выбор темы по цифрам пароля

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Две последние цифры пароля | Номер темы |  | Две последние цифры пароля | Номер темы |
| 01 02 03 04 05 06 07 08 09 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 | 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 |  | 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31 32 33 34 35 36 37 38 39 40 | 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 |

**Список тем:**

1. Массовая коммуникация как предмет социологического анализа
2. Массовая коммуникация в информационном обществе
3. Г. Лассуэлл о структуре коммуникации
4. Теория коммуникации Г.М. Маклюэна
5. Средства массового воздействия (кино, театр, зрелища, цирк и др.)
6. Изменение телевизионного пространства в ходе трансформации российского общества
7. Роль средств массовой информации в управлении массовым сознанием
8. Глобализация современных средств массовой коммуникации
9. Реклама в массовом обществе
10. Реклама в информационной структуре России в конце ХХ начале ХХIвека
11. Характеристика СМК как основного рекламоносителя
12. Реклама в СМИ: формы взаимоотношений
13. Социальная реклама как вид социальной коммуникации
14. Социологический подход к пониманию общественного мнения
15. Роль СМИ в формировании общественного мнения.
16. Политическая реклама как способ формирования общественного мнения
17. Социологические центры изучения общественного мнения
18. Роль рекламы в воздействии на общественное мнение
19. Влияние рейтингов общественного мнения на процесс принятия решения индивида
20. Статистические методы анализа информации
21. Он-лайновые опросы и их виды
22. Процедуры измерения массовой информации
23. Социологические исследования ТВ-рекламы
24. Особенности российской аудитории телезрителей и радиослушателей
25. Особенности российской аудитории Интернета
26. Тенденции развития массовых коммуникаций в современной России
27. Использование интернет-технологий в социологическом исследовании
28. Социологические исследования «эффектов» массовой коммуникации
29. Метод-фокус групп: история, техника, перспективы
30. Сущность и значение коммерческой рекламы

**Методические указания по написанию реферата**

Для написания реферата можно воспользоваться учебным пособием и дополнительными материалами к нему. Однако для получения зачета по реферату необходимо раскрыть тему более полно, используя дополнительную литературу. Список дополнительной литературы приведен в лекциях.

При написании реферата материал должен соответствовать выбранной теме. Логичное, четкое изложение и структурирование материала: дать основные определения по теме реферата, охарактеризовать подходы к описываемым явлениям. Аргументированное изложение собственных мыслей по рассматриваемому вопросу: привести примеры и сделать выводы Использование современных информационных средств поиска информации. Наличие ссылок на первоисточники.

**Требования к отчету**

Вашего реферата соответствует двум последним цифрам Вашего пароля. Объем реферата должен быть не менее 10 страниц текста, подготовленного в формате редактора Word с размером шрифта 14 пунктов, выравнивание текста по ширине, 1,5 пунктов интервал межстрочный интервал. Обязательными пунктами реферата должны быть введение с обоснованием темы и логики представления основных пунктов, основная часть (в развернутом виде) и заключение с основными выводами по теме. В конце работы должен быть список использованной литературы, выполненный в соответствии с ГОСТом. Необходимость делать ссылки на источники при цитировании.

Если будет реферат как у другого студента, то зачитываться он не будет.