

ЖУРНАЛИСТИКА



СОЦИОЛОГИЯ МАССОВОЙ КОММУНИКАЦИИ

УЛАН-УДЭ 2015

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
БУРЯТСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

СОЦИОЛОГИЯ МАССОВОЙ КОММУНИКАЦИИ

*Рекомендовано УМС БГУ в качестве учебно-методического
пособия для обучающихся по направлению
подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью*



ИЗДАТЕЛЬСТВО

Улан-Удэ

2015

УДК 316.77(075.8)
ББК 60.524.5.Я73
С 693

Утверждено к печати
редакционно-издательским советом
Бурятского государственного университета

Р е ц е н з е н т ы

В. Ц. Намсараева

кандидат социологических наук

Б. Б. Сибиданов

кандидат исторических наук, доцент

С 693 Социология массовой коммуникации: учебно-методическое пособие / сост. Н. И. Бадмаева. — Улан-Удэ: Издательство Бурятского госуниверситета, 2015. — 122 с.

Настоящее издание подготовлено с целью оказания помощи студентам в изучении дисциплины «Социология массовой коммуникации», включает в себя теоретический материал, методические рекомендации для студентов, а также указания по проведению текущего и итогового контроля знаний. Для более эффективного усвоения дисциплины студентам предлагается расширенный список литературы, позволяющий грамотно ориентироваться в изучаемых вопросах.

Предназначено для студентов вузов, обучающихся по программе бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, а также преподавателей и специалистов, занимающихся проблемами социологии массовой коммуникации.

**УДК 316.77(075.8)
ББК 60.524.5.Я73**

© Бурятский госуниверситет, 2015

ВВЕДЕНИЕ

Одним из ключевых направлений подготовки рекламных и PR-специалистов в рамках университетской программы обучения сегодня является изучение социологии массовой коммуникации. Для профессиональной подготовки в области рекламы и PR необходимо овладение студентами умениями и навыками в сфере социологических методов изучения массовой коммуникации. Наблюдаемое постоянное динамичное развитие общества, появление новых видов средств массовой коммуникации и компьютерной обработки социологической информации требуют постоянной корректировки и совершенствования методического обеспечения процесса обучения в указанном направлении.

В издании представлены методические рекомендации для студентов, а также указания по проведению текущего и итогового контроля знаний студентов. Для более эффективного усвоения дисциплины студентам предлагается расширенный список литературы, позволяющий грамотно ориентироваться в изучаемых вопросах. В приложении приведены образцы оформления всех составляющих отчета по контрольной работе и по проведению исследования.

Учебно-методическое пособие составлено в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования бакалавриата направления подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.