

НАО «Карагандинский технический университет имени Абылкаса Сагинова»

ТЕМА 11: Масс-медиа, технологии и общество

Дисциплина: Социология
для бакалавров всех специальностей

доктор PhD, зав. кафедрой СГН Шорманбаева Д. Г.

План:

1. **Понятие коммуникации**
2. **СМИ и их виды**
3. **Понятие цифрового разрыва**



Массовое общество

Современный человек действует в больших коллективах и постоянно сталкивается с информацией, рассчитанной на широкую аудиторию.



Массовость проявляется в политике, образовании, культуре, потреблении и повседневном общении.

Коммуникация связывает общество

Современный мир зависит от непрерывного взаимодействия между людьми, которые могут быть удалены друг от друга.



Коммуникация делает возможными массовое образование, управление и культурный обмен.

Средства массовой информации

Институты и технические каналы, которые регулярно производят и распространяют сообщения для массовой аудитории.

1	2	3	4
Печать	Радио	Телевидение	Интернет

Медиа соединяют производство информации, её распространение и общественное потребление.

Социология массовой коммуникации

Исследует — роль массовой коммуникации в обществе

Изучает — закономерности медиа и работу информационных институтов

Выявляет — воздействие на сознание и поведение людей

Субъекты коммуникации

1

Человек

2

Группа

3

Организация

4

Общество

Каждый субъект может создавать сообщения, распространять их и интерпретировать.

Этапы развития массовой коммуникации

1920–1930-е

Радиовещание

медиа воспринимаются как почти безграничная сила

1940–1970-е

Телевидение

оценка влияния становится более сдержанной

С 1970-х

Интернет

растёт роль сети и снижается доверие к традиционным СМИ

XX век: рост интереса к коммуникации

Развитие радио, телевидения и массовой печати превратило коммуникацию в самостоятельный объект социологического анализа.

Радио | Телевидение | Пресса | Интернет

Новые каналы изменили скорость распространения информации и масштаб аудитории.

Функции массовой коммуникации

01	**Информационная**	сообщает о событиях
02	**Регулирующая**	интерпретирует и влияет на сознание
03	**Культурологическая**	поддерживает ценности и представляет субкультуры
04	**Рекреативная**	создаёт возможности для отдыха
05	**Интеграционная**	формирует общее информационное пространство

Процесс массовой коммуникации

1

Отправитель

создаёт сообщение

2

Сообщение

содержит информацию

3

Канал

передаёт сообщение

4

Получатель

интерпретирует информацию

Обратная связь показывает, как аудитория поняла сообщение и отреагировала на него.

Информация как ресурс власти

«Кто владеет информацией, тот владеет миром»

Фрэнсис Бэкон

Исторически власть опиралась не только на физическую силу, но и на контроль знаний, доступ к которым был ограничен.



Массовая коммуникация как институт

1

Публичность

социальная направленность сообщений

2

Доступность

ориентация на широкие слои населения

3

Целенаправленность

коммуникация организована и регулируется обществом

Специфика массового общения

Регулярность — информация поступает постоянно

Скорость — сообщения быстро распространяются

Одновременность — массовая аудитория получает сообщение почти одновременно

Цифровой разрыв

Неравные возможности пользоваться цифровыми технологиями, получать информацию и развивать необходимые навыки.

Доступ

Навыки

Результаты использования

Digital Divide

Цифровое неравенство стран и регионов

Дефицит знаний и цифровых навыков усиливает экономическое и социальное отставание.

Образование

качество и доступность обучения

Квалификация

готовность к технологичной экономике

Наука и инновации

способность создавать и применять знания

Конкурентоспособность всё сильнее зависит от человеческого капитала.

Каналы массовой коммуникации

1 Печать

2 Радио

3 Телевидение

4 Звук и видео

5 Интернет

6 Кино