

## ĐỀ CƯƠNG MÔN HỌC

### 1. THÔNG TIN CHUNG VỀ MÔN HỌC

1.1 Tên môn học : **XÃ HỘI HỌC TRUYỀN THÔNG ĐẠI CHÚNG**

1.2 Mã môn học : **SOCI3205**

1.3 Khoa / Ban phụ trách: **Khoa XHH-CTXH-ĐNA**

1.4 Số tín chỉ : **02 LT (02LT/0TH)**

### 2. MÔ TẢ MÔN HỌC

Truyền thông đại chúng là một định chế quan trọng trong xã hội hiện đại. Định chế này đóng vai trò phổ biến và luân chuyển thông tin trong xã hội. Với nhiều xã hội, truyền thông đại chúng đóng vai trò là cầu nối trung gian trong mối quan hệ giữa con người với con người, con người với xã hội. Với một thế giới đang toàn cầu hóa và việc bùng nổ thông tin như hiện nay, việc tiếp cận với tin tức trên các phương tiện truyền thông không những giúp cho con người có thể thích ứng nhanh với xã hội đang đổi thay nhanh chóng mà còn giúp chúng ta sống và làm việc hiệu quả với tư cách là những cá nhân trong xã hội.

Với việc áp dụng những quan điểm lý thuyết xã hội học vào nghiên cứu truyền thông, khi học môn này sinh viên sẽ được trao đổi về những trường phái lý thuyết khác nhau và ảnh hưởng của nó đối với các khuynh hướng truyền thông hiện nay tại một số quốc gia.

Xã hội học về truyền thông đại chúng là một chuyên ngành của xã hội học nghiên cứu mối quan hệ giữa truyền thông đại chúng với xã hội. Các lĩnh vực nghiên cứu chính của ngành xã hội học về truyền thông đại chúng (có thể triển khai nghiên cứu thực nghiệm- ứng dụng phương pháp nghiên cứu xã hội học) bao gồm:

- Nghiên cứu về quá trình truyền thông đại chúng được xem xét như một định chế xã hội mà trung tâm là hoạt động của các nhà truyền thông

- Nghiên cứu về công chúng (đặc điểm, ứng xử, truyền thông đại chúng và truyền thông liên cá nhân).
- Phân tích nội dung (thống kê học và ký hiệu học) về tính hiệu quả của các thông điệp truyền thông trên các phương tiện thông tin đại chúng.
- Tác động của truyền thông đại chúng đến xã hội (nhận thức, thuyết phục, tham gia vào quá trình xã hội hóa, tham gia vào quá trình thay đổi xã hội...)
- Vai trò của truyền thông đại chúng trong việc hướng dẫn về dư luận xã hội

### **3. MỤC TIÊU MÔN HỌC**

#### **3.1 Mục tiêu chung**

Môn học này nhằm cung cấp cho sinh viên những khái niệm công cụ về truyền thông đại chúng. Sinh viên sẽ trao đổi về những quan điểm khác nhau làm tiền đề cho sự ra đời của xã hội học truyền thông đại chúng. Bên cạnh việc nhấn mạnh đến hệ thống lý thuyết, môn học cũng sẽ nghiên cứu đến những vấn đề truyền thông hiện nay như công chúng, hiệu ứng truyền thông trong xã hội hiện nay, tác động của truyền thông đối với xã hội .v.v

**3.2 Mục tiêu cụ thể:** sau khi học xong môn học này sinh viên sẽ đạt được những mặt sau đây:

#### **3.2.1 Kiến thức**

- Có thể hiểu và phân biệt được sự khác biệt giữa các khái niệm: truyền thông, truyền thông đại chúng, công chúng, truyền thông trong nhóm, liên cá nhân ...
- Sinh viên có thể giải thích được tại sao truyền thông lại là một định chế xã hội quan trọng trong xã hội hiện đại
- Có thể hiểu được một số lý thuyết cơ bản của xã hội học cũng như áp dụng các lý thuyết này vào việc giải thích các hiện tượng xã hội xung quanh
- Có thể phân tích được những thông điệp truyền thông trên báo chí, hình ảnh, quảng cáo ... và đánh giá được những ưu điểm cũng như hạn chế của những thông điệp này.
- Hiểu được những đặc điểm của công chúng, những ảnh hưởng của truyền thông đối với xã hội
- Có thể tổ chức được những cuộc khảo sát nhỏ về công chúng hoặc đánh giá tính hiệu quả của thông điệp truyền thông

### 3.2.2 Kỹ năng

- Thông qua thuyết trình và thảo luận trong lớp, sinh viên sẽ có kỹ năng diễn đạt và trình bày vấn đề nghiên cứu trước lớp, kỹ năng thảo luận nhóm ...
- Sinh viên sẽ được khuyến khích kỹ năng tranh luận về những chủ đề liên quan đến truyền thông trên báo chí, truyền hình
- Sinh viên sẽ có kỹ năng tự học, tự nghiên cứu tài liệu

### 3.2.3 Thái độ

- Sinh viên sẽ nhận thức được tầm quan trọng của môn học này trong việc hoàn thiện về kiến thức và kỹ năng sau khi ra trường
- Sinh viên sẽ được rèn luyện thái độ học tập chủ động
- Yêu thích nghiên cứu về xã hội học truyền thông đại chúng

## 4. NỘI DUNG MÔN HỌC

STT	Tên chương	Mục, tiểu mục	Số tiết				Tài liệu tự học
			TC	LT	BT	TH	
1	<b><u>CHƯƠNG 1:</u></b> <b>TRUYỀN THÔNG-TRUYỀN THÔNG ĐẠI CHÚNG-XÃ HỘI HỌC VỀ TRUYỀN THÔNG ĐẠI CHÚNG</b>	1.1 Những khái niệm cơ bản 1.1.1. Truyền thông và truyền thông liên cá nhân 1.1.2. Định nghĩa truyền thông, vai trò của truyền thông, các dạng truyền thông 1.1.3. Truyền thông liên cá nhân, các dạng truyền thông liên cá nhân, các mô hình truyền thông liên cá nhân 1.2 Truyền thông đại chúng và định chế truyền thông đại chúng	4,5	3,5	1,0	-	1. Trần Hữu Quang, 2015, <i>Xã hội học báo chí</i> , Nxb. Trẻ-Thời báo Kinh tế Sài Gòn - Trung tâm Kinh tế Châu Á - Thái Bình Dương

STT	Tên chương	Mục, tiểu mục	Số tiết				Tài liệu tự học
			TC	LT	BT	TH	
		<p>1.1.1. Định nghĩa truyền thông đại chúng</p> <p>1.1.2. Đặc thù của quá trình truyền thông, công nghệ truyền thông, ngành công nghiệp truyền thông</p> <p>1.3 Các phương tiện truyền thông và các phương tiện truyền thông đại chúng</p> <p>1.4 Đại chúng và công chúng khán thính giả</p> <p>1.4.1 Bốn đặc trưng để nhận diện đại chúng</p> <p>1.4.2 Phân biệt đại chúng với các khái niệm khác</p> <p>1.4.3 Đại chúng và công chúng</p> <p>1.5 Vài nét về lịch sử truyền thông</p> <p>1.5.1 Một số dạng truyền thông cổ truyền</p> <p>1.5.2 Lịch sử các phát minh khoa học-kỹ thuật về truyền thông</p> <p>1.5.3 Phân kỳ các giai đoạn trong lịch sử nghiên cứu về truyền thông</p> <p>1.6 Lịch sử ra đời của báo chí và truyền thông đại chúng tại Việt Nam</p>					

STT	Tên chương	Mục, tiểu mục	Số tiết				Tài liệu tự học
			TC	LT	BT	TH	
2	<b><u>CHƯƠNG II:</u></b>  <b>MỘT SỐ HƯỚNG TIẾP CẬN TRONG NGHIÊN CỨU VỀ TRUYỀN THÔNG (1)</b>	<p>2.1 Tổng quan các hướng tiếp cận chính của xã hội học</p> <p>2.2 Một số hướng tiếp cận chủ yếu của xã hội học truyền thông đại chúng</p> <p>2.2.1 Hướng tiếp cận theo quan điểm chức năng</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Chức năng xã hội của truyền thông đại chúng</li> <li>- Mô hình chức năng của Lasswel, Wright</li> <li>- Chức năng công khai, chức năng tiềm ẩn, phản chức năng của truyền thông đại chúng</li> <li>- Cho ví dụ minh họa, nhận xét</li> </ul> <p>2.2.2 Hướng tiếp cận theo quan điểm xung đột</p> <p>2.2.3 Lý thuyết quyết định luận kỹ thuật</p> <p>2.2.4 Lý thuyết thiết lập lịch trình</p> <p>2.2.5 Trào lưu nghiên cứu văn hóa</p> <p>2.2.6 Các lý thuyết về không gian công cộng</p> <p>2.3 Nhận xét, đánh giá chung về các lý thuyết</p>	4,5	4,0	0,5	-	1. Trần Hữu Quang, 2015, <i>Xã hội học báo chí</i> , Nxb. Trẻ-Thời báo Kinh tế Sài Gòn - Trung tâm Kinh tế Châu Á - Thái Bình Dương.

STT	Tên chương	Mục, tiểu mục	Số tiết				Tài liệu tự học
			TC	LT	BT	TH	
3	<b><u>CHƯƠNG III</u></b>  <b>MỘT SỐ HƯỚNG TIẾP CẬN TRONG NGHIÊN CỨU VỀ TRUYỀN THÔNG (2)</b>	3.1 Dẫn nhập 3.2 Thuyết độc đoán 3.3 Thuyết tự do 3.4 Thuyết trách nhiệm xã hội 3.5 Thuyết toàn trị Xô viết 3.6 Những quan điểm về truyền thông đại chúng nên trở thành như thế nào và nên làm gì?	<b>4,5</b>	3,5	1,0	-	1. Fred S.Siebert, Theodore Peterson, Wilbur Schramm (2015), <i>Bốn học thuyết truyền thông</i> , do Lê Ngọc Sơn dịch, NXB Tri Thức (trang 27-181)
4	<b><u>CHƯƠNG IV</u></b>  <b>ĐỊNH CHẾ XÃ HỘI TRUYỀN THÔNG ĐẠI CHÚNG</b>	4.1 Đặc trưng tổng quát của định chế truyền thông trong xã hội hiện đại - Truyền thông từ phát minh kỹ thuật đi đến định chế xã hội - Đặc trưng tổng quát của định chế truyền thông trong xã hội hiện đại 4.2 Định chế truyền thông tại một số quốc gia phương Tây - Định chế truyền thông tại Anh - Định chế truyền thông tại Pháp - Định chế truyền thông tại Mỹ 4.3 Định chế truyền thông tại một số quốc gia châu Á	<b>4,5</b>	4,0	0,5	-	1. Trần Hữu Quang, 2015, <i>Xã hội học báo chí</i> , Nxb. Trẻ-Thời báo Kinh tế Sài Gòn - Trung tâm Kinh tế Châu Á - Thái Bình Dương

STT	Tên chương	Mục, tiểu mục	Số tiết				Tài liệu tự học
			TC	LT	BT	TH	
		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Định chế truyền thông tại một số quốc gia Đông Nam Á, châu Á (Thái Lan, Malaysia, Trung Quốc, Singapore .v.v)</li> </ul> <p>4.4 Định chế truyền thông tại Việt Nam</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Quá trình phát triển truyền thông tại Việt Nam</li> <li>- Phân tích quan điểm báo chí là một loại hàng hóa đặc biệt</li> <li>- Phân tích vấn đề tự do báo chí và vai trò của báo chí trong công cuộc đổi mới, phát triển đất nước</li> </ul> <p>4.5 Nhận định, thảo luận</p>					
5	<p><b><u>CHƯƠNG V</u></b></p> <p><b>XÃ HỘI HỌC TRUYỀN THÔNG NGHIÊN CỨU VỀ CÔNG CHÚNG</b></p>	<p>5.1 Những đặc điểm tâm lý- nhân khẩu-xã hội của công chúng</p> <p>5.2 Ứng xử truyền thông của công chúng</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 3 giai đoạn ứng xử của công chúng với các phương tiện truyền thông đại chúng</li> <li>- 4 nhóm ứng xử truyền thông</li> </ul>	<b>4,0</b>	3,5	0,5	-	<p>1. Trần Hữu Quang, 2015, <i>Xã hội học báo chí</i>, Nxb. Trẻ-Thời báo Kinh tế Sài Gòn - Trung tâm Kinh tế Châu Á - Thái Bình Dương.</p>

STT	Tên chương	Mục, tiểu mục	Số tiết				Tài liệu tự học
			TC	LT	BT	TH	
		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Cách xử dụng các phương tiện truyền thông nơi công chúng</li> </ul> <p>5.3 Mối liên hệ giữa truyền thông liên cá nhân và truyền thông đại chúng</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Mô hình truyền thông hai bước</li> <li>- Vai trò của người lãnh đạo dư luận</li> <li>- Sinh viên tập phân tích các ví dụ cụ thể (quảng cáo..)</li> </ul> <p>5.4 Thảo luận</p>					
6	<p><b><u>CHƯƠNG VI</u></b></p> <p><b>XÃ HỘI HỌC TRUYỀN THÔNG NGHIÊN CỨU NỘI DUNG TRUYỀN THÔNG</b></p>	<p>6.1 Nội dung truyền thông là gì? Tại sao cần nghiên cứu nội dung truyền thông?</p> <p>6.2 Văn phong báo chí</p> <p>6.3 Phương pháp nghiên cứu nội dung truyền thông</p> <p>6.4 Phân tích thực nghiệm: nội dung truyền thông, định lượng hóa các chỉ tiêu truyền thông; phân tích các chủ đề thông tin truyền thông trên báo chí, quảng cáo .v.v.</p> <p>6.5 Phương pháp phân tích nội dung tin hiệu học</p> <p>6.6 Thực hành phân tích một quảng cáo</p>	<b>4,0</b>	3,5	0,5	-	<p>1. Trần Hữu Quang, 2015, <i>Xã hội học báo chí</i>, Nxb. Trẻ-Thời báo Kinh tế Sài Gòn - Trung tâm Kinh tế Châu Á - Thái Bình Dương.</p> <p>2. Nguyễn Kiên Trường chủ biên, 2004, <i>Quảng cáo và ngôn ngữ quảng cáo</i>, NXB Khoa học xã hội</p>



STT	Tên chương	Mục, tiểu mục	Số tiết				Tài liệu tự học
			TC	LT	BT	TH	
7	<b>CHƯƠNG VII</b> <b>ẢNH HƯỞNG XÃ HỘI CỦA TRUYỀN THÔNG ĐẠI CHÚNG TRONG XÃ HỘI HIỆN ĐẠI</b>	<p>7.1 Một số giả thuyết về ảnh hưởng xã hội của truyền thông đại chúng</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Giả thuyết về hồ chênh lệch kiến thức</li> <li>- Giả thuyết về chức năng thiết lập lịch trình</li> <li>- Giả thuyết về mối quan hệ giữa truyền thông và bạo lực</li> </ul> <p>7.2 Mối quan hệ giữa truyền thông đại chúng và dư luận xã hội</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Khái niệm dư luận xã hội</li> <li>- Truyền thông đại chúng phản ánh dư luận xã hội và góp phần hình thành dư luận xã hội</li> <li>- Truyền thông đại chúng-dư luận xã hội-phát triển xã hội</li> </ul> <p>7.3 Truyền thông đại chúng và chức năng xã hội hóa trong xã hội hiện đại</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 3 môi trường xã hội hóa và 3 giai đoạn xã hội hóa</li> <li>- Sự có mặt của truyền thông đại chúng trong ba giai đoạn xã hội</li> </ul>	4,0	3,5	0,5	-	<p>1. Trần Hữu Quang, 2015, <i>Xã hội học báo chí</i>, Nxb. Trẻ-Thời báo Kinh tế Sài Gòn - Trung tâm Kinh tế Châu Á - Thái Bình Dương</p> <p>2. UNDP, 2009 (ebook), <i>Báo chí và tham nhũng</i>, Hà Nội</p>

STT	Tên chương	Mục, tiểu mục	Số tiết				Tài liệu tự học
			TC	LT	BT	TH	
		<p>hóa</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Mối quan hệ giữa truyền thông đại chúng và bạo lực ở nhóm công chúng cụ thể (trẻ em, người có học vấn thấp ...)</li> <li>- Vai trò của truyền thông đại chúng và ý thức của truyền thông đại chúng trong việc thực hiện chức năng xã hội hóa</li> </ul> <p>7.4 Truyền thông xã hội</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Thế nào là truyền thông xã hội</li> <li>- Các bước tiến hành hoạt động truyền thông xã hội</li> <li>- Lượng giá kết quả và ý nghĩa xã hội của truyền thông xã hội</li> </ul> <p>7.5 Báo điện tử-một phương tiện truyền thông mới</p> <p>7.6 Thảo luận</p>					

## 5. TÀI LIỆU THAM KHẢO

### 5.1 Tài liệu tham khảo chính

1. Fred S.Siebert, Theodore Peterson, Wilbur Schramm, 2015. *Bốn học thuyết truyền thông*, do Lê Ngọc Sơn dịch, NXB Tri Thức
2. Trần Hữu Quang, 2015, *Xã hội học báo chí*, Nxb Trẻ-Thời báo Kinh tế Sài Gòn-Trung tâm Kinh tế Châu Á - Thái Bình Dương

## 5.2 Tài liệu đọc thêm

1. David Holmes, 2005 (ebook), *Communication Theory*, SAGE Publications
2. Hà Minh Đức chủ biên, 2005, *Báo chí, những vấn đề lý luận và thực tiễn*, , Nxb. ĐH Quốc gia Hà Nội
3. Michael Schudson, 2003, *Sức mạnh của tin tức truyền thông*, Nxb Chính trị Quốc gia, Hà Nội
4. Nguyễn Kiên Trường chủ biên, 2004, *Quảng cáo và ngôn ngữ quảng cáo*, NXB Khoa học xã hội
5. UNDP, 2009 (ebook), *Báo chí và tham nhũng*, Hà Nội
6. Viện ngân hàng thế giới, 2006, *Quyền được nói-Vai trò của truyền thông đại chúng trong phát triển kinh tế*, Nxb Văn hóa thông tin, Hà Nội

## 6. ĐÁNH GIÁ KẾT QUẢ HỌC TẬP

Quy định thang điểm : 10

Stt	Hình thức đánh giá	Trọng số
1	Đi học đầy đủ, tham gia phát biểu, thảo luận	10%
	Kiểm tra giữa kỳ (trắc nghiệm +thuyết trình)	30%
2	Thi cuối kỳ	60%

## 7. KẾ HOẠCH GIẢNG DẠY

### 7.1 Kế hoạch giảng dạy lớp ngày

STT	Buổi học	Nội dung	Ghi chú
1.	<b>Buổi 1</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Dẫn nhập môn học , những khái niệm cơ bản</li><li>- Truyền thông và truyền thông liên cá nhân</li><li>- Định nghĩa truyền thông, vai trò của truyền thông, các dạng truyền thông</li><li>- Truyền thông liên cá nhân, các dạng truyền thông liên cá nhân, các mô hình truyền thông liên cá nhân</li><li>- Định nghĩa truyền thông đại chúng</li><li>- Đặc thù của quá trình truyền thông, công nghệ truyền thông, ngành công nghiệp truyền thông</li></ul>	

STT	Buổi học	Nội dung	Ghi chú
		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Các phương tiện truyền thông và các phương tiện truyền thông đại chúng</li> <li>- Đại chúng và công chúng khán thính giả</li> <li>- Bốn đặc trưng để nhận diện đại chúng</li> <li>- Phân biệt đại chúng với các khái niệm khác</li> <li>- Đại chúng và công chúng</li> <li>- <i>Sinh viên thảo luận nhóm</i></li> <li>- Vài nét về lịch sử truyền thông</li> <li>- Một số dạng truyền thông cổ truyền</li> <li>- Lịch sử các phát minh khoa học-kỹ thuật về truyền thông</li> <li>- Phân kỳ các giai đoạn trong lịch sử nghiên cứu về truyền thông</li> <li>- Lịch sử ra đời của báo chí và truyền thông đại chúng tại Việt Nam</li> </ul>	
2.	<b>Buổi 2</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tổng quan các hướng tiếp cận chính của xã hội học</li> <li>- Một số hướng tiếp cận chủ yếu của xã hội học truyền thông đại chúng <ul style="list-style-type: none"> <li>- Hướng tiếp cận theo quan điểm chức năng <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Chức năng xã hội của truyền thông đại chúng</li> <li>▪ Mô hình chức năng của Lasswel, Wright</li> <li>▪ Chức năng công khai, chức năng tiềm ẩn, phản chức năng của truyền thông đại chúng</li> <li>▪ Cho ví dụ minh họa</li> </ul> </li> <li>- Hướng tiếp cận theo quan điểm xung đột</li> <li>- Lý thuyết quyết định luận kỹ thuật</li> <li>- Lý thuyết thiết lập lịch trình</li> <li>- Trào lưu nghiên cứu văn hóa</li> <li>- Các lý thuyết về không gian công cộng</li> </ul> </li> <li>- Thảo luận nhóm, phân tích tình huống thực tế</li> </ul>	
3.	<b>Buổi 3</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Dẫn nhập</li> <li>- Thuyết độc đoán</li> <li>- Thuyết tự do</li> <li>- Thuyết trách nhiệm xã hội</li> <li>- Thuyết toàn trị Xô viết</li> </ul>	

STT	Buổi học	Nội dung	Ghi chú
		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Những quan điểm về truyền thông đại chúng nên trở thành như thế nào và nên làm gì?</li> <li>- Bài tập phân tích trên lớp</li> <li>- Nhận xét, kết luận</li> </ul>	
4.	<b>Buổi 4</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Đặc trưng tổng quát của định chế truyền thông trong xã hội hiện đại <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Truyền thông từ phát minh kỹ thuật đi đến định chế xã hội</li> <li>▪ Đặc trưng tổng quát của định chế truyền thông trong xã hội hiện đại</li> </ul> </li> <li>- Định chế truyền thông tại một số quốc gia phương Tây <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Định chế truyền thông tại Anh</li> <li>▪ Định chế truyền thông tại Pháp</li> <li>▪ Định chế truyền thông tại Mỹ</li> </ul> </li> <li>- Định chế truyền thông tại một số quốc gia châu Á <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Định chế truyền thông tại một số quốc gia Đông Nam Á, châu Á (Thái Lan, Malaysia, Trung Quốc, Singapore .v.v)</li> </ul> </li> <li>- Định chế truyền thông tại Việt Nam</li> <li>- Nhận định, thảo luận</li> </ul>	
5.	<b>Buổi 5</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Những đặc điểm tâm lý-nhân khẩu-xã hội của công chúng</li> <li>- Ứng xử truyền thông của công chúng <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 3 giai đoạn ứng xử của công chúng với các phương tiện truyền thông đại chúng</li> <li>▪ 4 nhóm ứng xử truyền thông</li> <li>▪ Cách xử dụng các phương tiện truyền thông nơi công chúng</li> </ul> </li> <li>- Mối liên hệ giữa truyền thông liên cá nhân và truyền thông đại chúng <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Mô hình truyền thông hai bước</li> <li>▪ Vai trò của người lãnh đạo dư luận</li> <li>▪ Sinh viên tập phân tích các ví dụ cụ thể (quảng cáo..)</li> </ul> </li> </ul> <p style="text-align: center;"><b>Kiểm tra giữa kỳ</b></p>	
6.	<b>Buổi 6</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Nội dung truyền thông là gì? Tại sao cần nghiên cứu nội</li> </ul>	

STT	Buổi học	Nội dung	Ghi chú
		<p>dung truyền thông?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Văn phong báo chí</li> <li>- Phương pháp nghiên cứu nội dung truyền thông</li> <li>- Phân tích thực nghiệm: nội dung truyền thông, định lượng hóa các chỉ tiêu truyền thông; phân tích các chủ đề thông tin truyền thông trên báo chí, quảng cáo .v.v.</li> <li>- Phương pháp phân tích nội dung tin hiệu học</li> <li>- Thực hành phân tích một quảng cáo</li> </ul>	
7.	<b>Buổi 7</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Một số giả thuyết về ảnh hưởng xã hội của truyền thông đại chúng <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Giả thuyết về hồ chênh lệch kiến thức</li> <li>▪ Giả thuyết về chức năng thiết lập lịch trình</li> <li>▪ Giả thuyết về mối quan hệ giữa truyền thông và bạo lực</li> </ul> </li> <li>- Mối quan hệ giữa truyền thông đại chúng và dư luận xã hội <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Khái niệm dư luận xã hội</li> <li>▪ Truyền thông đại chúng phản ánh dư luận xã hội và góp phần hình thành dư luận xã hội</li> <li>▪ Truyền thông đại chúng-dư luận xã hội-phát triển xã hội</li> </ul> </li> <li>- Truyền thông đại chúng và chức năng xã hội hóa trong xã hội hiện đại <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 3 môi trường xã hội hóa và 3 giai đoạn xã hội hóa</li> <li>▪ Sự có mặt của truyền thông đại chúng trong ba giai đoạn xã hội hóa</li> <li>▪ Mối quan hệ giữa truyền thông đại chúng và bạo lực ở nhóm công chúng cụ thể (trẻ em, người có học vấn thấp ...)</li> <li>▪ Vai trò của truyền thông đại chúng và ý thức của truyền thông đại chúng trong việc thực hiện chức năng xã hội hóa</li> </ul> </li> <li>- Truyền thông xã hội <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Thế nào là truyền thông xã hội</li> <li>▪ Các bước tiến hành hoạt động truyền thông xã hội</li> </ul> </li> </ul>	

STT	Buổi học	Nội dung	Ghi chú
		<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Lượng giá kết quả và ý nghĩa xã hội của truyền thông xã hội</li> <li>- Báo điện tử-một phương tiện truyền thông mới</li> <li>- <b>Tổng kết môn học, ôn tập thi cuối kỳ</b></li> </ul>	

## 8. GIẢNG VIÊN BIÊN SOẠN

- Họ và tên : ĐỖ HỒNG QUÂN
- Chức danh, học hàm, học vị : Giảng viên - Thạc sĩ

**PHỤ TRÁCH KHOA**

**HÀ MINH TRÍ**