

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 Trình độ Đại học / Cao đẳng: ĐẠI HỌC

1.4 Ngành / Chuyên ngành: XÃ HỘI HỌC

1.5 Khoa / Ban / Trung tâm phụ trách: KHOA XHH & CTXH

1.6 Số tín chỉ: 02

1.7 Yêu cầu đối với môn học :

*** Điều kiện tiên quyết:**

- Nhập môn xã hội học.
- Phương pháp nghiên cứu xã hội học I.

*** Điều kiện khác:** Sinh viên đọc trước tài liệu trước khi lên lớp

1.8 Yêu cầu đối với sinh viên

- Dự lớp
- Đọc trước tài liệu lý thuyết
- Thảo luận nhóm
- Thuyết trình chuyên đề theo nhóm (tính điểm giữa kỳ)
- Làm bài tập

2. MÔ TẢ MÔN HỌC VÀ MỤC TIÊU

*** Mô tả ngắn gọn về vị trí môn học, mối quan hệ với các môn học khác trong chương trình đào tạo:**

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).
- Tác động của truyền thông đại chúng đến xã hội (nhận thức, thuyết phục, tham gia vào quá trình xã hội hóa).

*** Mục tiêu cần đạt được về kiến thức và kỹ năng sau khi kết thúc môn học:**

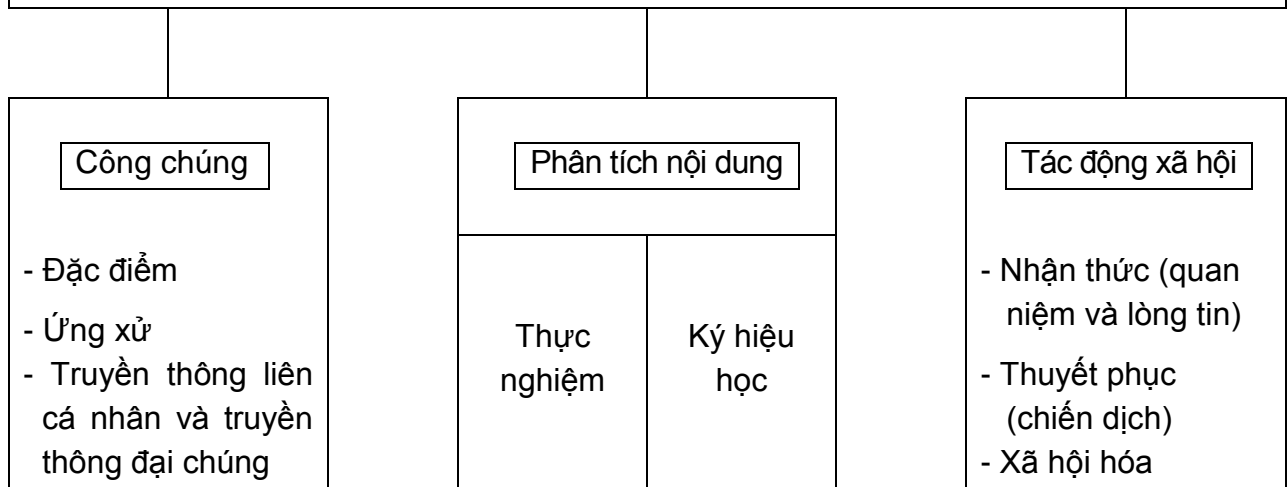
- Nắm được các khái niệm cơ bản, một số hướng tiếp cận, một số quan điểm lý luận chính và đại cương phương pháp tiến hành thực nghiệm trong nghiên cứu xã hội học về truyền thông đại chúng.
- Có thể đọc và bình luận những số liệu cơ bản của các nghiên cứu xã hội học về truyền thông đại chúng.
- Có thể thực hành một số bài tập khảo sát đơn giản.

3. NỘI DUNG CHI TIẾT MÔN HỌC

STT	CHƯƠNG	MỤC TIÊU	MỤC, TIỂU MỤC
1	<u>CHƯƠNG 1 :</u> Truyền thông - Truyền thông đại chúng - Xã hội học về truyền thông đại chúng	<ul style="list-style-type: none"> - Hiểu và phân biệt được các khái niệm của môn học và các khái niệm liên quan. - Hình dung đại thể về cơ cấu môn học <p>* Phương pháp dạy và học: Giảng lý thuyết và thảo luận nhóm.</p>	<p>1.1. Các khái niệm cơ bản:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Truyền thông và truyền thông liên cá nhân <ul style="list-style-type: none"> + Định nghĩa truyền thông, vai trò của truyền thông, các dạng truyền thông + Định nghĩa truyền thông liên cá nhân, vai trò của truyền thông liên cá nhân, các mô hình truyền thông liên cá nhân (mô hình truyền thông tuyến tính, mô hình truyền thông khép kín) - Truyền thông đại chúng và định chế truyền thông đại chúng. <ul style="list-style-type: none"> + Định nghĩa truyền thông đại chúng + Đặc thù của quá trình truyền

			<p>thông đại chúng, công nghệ truyền thông, công nghiệp truyền thông</p> <ul style="list-style-type: none"> - Các phương tiện truyền thông và các phương tiện truyền thông đại chúng. - Đại chúng và công chúng khán thính giả. <ul style="list-style-type: none"> + 4 đặc trưng để nhận diện đại chúng + Phân biệt đại chúng với các khái niệm khác + Đại chúng và công chúng trong quá trình truyền thông đại chúng là một <p>1.2. Vai nét về lịch sử truyền thông:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Một số dạng truyền thông cổ truyền. - Phát minh khoa học kỹ thuật trên lĩnh vực thông tin và sự ra đời của truyền thông đại chúng trên thế giới. - Sự xuất hiện của truyền thông đại chúng tại Việt Nam. <ul style="list-style-type: none"> + Bối cảnh ra đời của truyền thông đại chúng tại Việt Nam. + Các thời kỳ phát triển của báo chí Việt Nam trước Cách mạng tháng Tám. + Vai trò của báo chí Việt Nam trước Cách mạng tháng Tám. <p>1.3. Xã hội học truyền thông - một chuyên ngành của xã hội học nghiên cứu quan hệ giữa truyền thông đại chúng (dạng truyền thông đặc trưng của xã hội hiện đại) với xã hội.</p> <p style="text-align: center;">(HÌNH)</p>
--	--	--	--

Những lĩnh vực nghiên cứu xã hội học về truyền thông đại chúng



STT	CHƯƠNG	MỤC TIÊU	MỤC, TIỂU MỤC
1	Chương 1 (tt)		<p>1.4. Lịch sử nghiên cứu về truyền thông đại chúng</p> <ul style="list-style-type: none"> - Phân kỳ các giai đoạn nghiên cứu - Đặc điểm các giai đoạn nghiên cứu + Tiền đề cho những nghiên cứu về truyền thông đại chúng + Quan điểm "mũi kim tiêm" + Vai trò của nhóm và người lãnh đạo dư luận + Sự phát triển phong phú của các nội dung nghiên cứu
2	<p><u>CHƯƠNG 2:</u></p> <p>Một số hướng tiếp cận trong nghiên cứu xã hội học truyền thông</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Hiểu về các hướng tiếp cận nghiên cứu truyền thông đại chúng. - Sưu tầm và phân tích các ví dụ cụ thể của truyền thông đại chúng theo các quan điểm tiếp cận nghiên cứu truyền thông đại chúng. 	<p>2.1. Hướng tiếp cận theo quan điểm chức năng (nhấn mạnh đến nhu cầu xã hội và việc đáp ứng các nhu cầu đó):</p> <ul style="list-style-type: none"> - Chức năng xã hội của truyền thông đại chúng. + Chức năng xã hội chung (3 chức năng theo Lasswell + chức năng giải trí theo Wright) + Các chức năng cụ thể - có thể thay đổi hoặc nhấn mạnh

		<p>* Phương pháp dạy và học: Giảng lý thuyết, thảo luận nhóm và thuyết trình ngắn.</p>	<p>khác nhau tùy giai đoạn hoặc định chế truyền thông cụ thể)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Chức năng công khai - chức năng tiềm ẩn - phản chức năng. <p><i>Toàn bộ phần này đều dùng các ví dụ để chứng minh hoặc phân tích các ví dụ cụ thể trong thực tế truyền thông đại chúng tại Việt Nam</i></p> <p>2.2. Các lý thuyết phê phán quan điểm tiếp cận theo hướng chức năng:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Lý thuyết phê phán. - Lý thuyết kinh tế chính trị. - Lý thuyết phê phán từ góc độ văn hóa. <p>2.3. Một vài hướng tiếp cận khác trong nghiên cứu xã hội học về truyền thông.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Lý thuyết Quyết định luận kỹ thuật. - Lý thuyết Thiết lập lịch trình. - Trào lưu Nghiên cứu Văn hóa. - Các lý thuyết liên quan tới Không gian công cộng. <p><i>Phân tích và ghi nhớ các quan điểm tiếp cận để liên hệ ở các phần sau, nhất là chương về tác động xã hội của truyền thông đại chúng.</i></p>
3	<p><u>CHƯƠNG 3 :</u></p> <p>Định chế xã hội truyền thông đại chúng.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Biết sơ lược về đặc điểm của một số định chế truyền thông trên thế giới. - Sơ lược về sự phát triển của định chế truyền thông tại Việt Nam. - Nắm vững các quan điểm về hoạt động truyền thông đại 	<p>3.1. Đặc trưng tổng quát của định chế truyền thông trong xã hội hiện đại:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Truyền thông từ phát minh kỹ thuật đi đến định chế xã hội. - Đặc trưng tổng quát của định chế truyền thông đại chúng trong xã hội hiện đại. <p>3.2. Định chế truyền thông tại một số nước phương Tây:</p>

		<p>chúng theo pháp luật Việt Nam</p> <p>* Phương pháp dạy và học: Đọc tài liệu, giảng lý thuyết và thảo luận nhóm.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Định chế truyền thông tại Anh. - Định chế truyền thông tại Pháp. - Định chế truyền thông tại Mỹ. <p>3.3. Định chế truyền thông tại một số nước phương Đông:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Định chế truyền thông tại một số nước Đông - Nam Á và châu Á (Thái Lan, Malaysia, Indonesia, Singapo, Trung Quốc,...). - Định chế truyền thông tại Việt Nam <ul style="list-style-type: none"> + Quá trình phát triển của truyền thông đại chúng tại Việt Nam (báo viết, báo nói, báo hình, báo điện tử) + Luật báo chí và các văn bản thi hành là sự thể chế hóa định chế truyền thông đại chúng tại Việt Nam. + Phân tích quan điểm báo chí là sản phẩm hàng hóa đặc biệt. + Phân tích vấn đề tự do báo chí và vai trò của truyền thông đại chúng trong công cuộc đổi mới phát triển đất nước.
4	<p><u>CHƯƠNG 4 :</u></p> <p>Xã hội học truyền thông nghiên cứu về công chúng.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Biết về các mô thức ứng xử truyền thông của công chúng qua các kết quả nghiên cứu. - Ứng dụng phân tích số liệu nghiên cứu cụ thể (có thể tiến hành bài tập khảo sát công chúng để thu thập số liệu). <p>* Phương pháp dạy và học: Đọc tài liệu, giảng lý thuyết, thảo luận nhóm và thuyết trình ngắn.</p>	<p>4.1. Những đặc điểm của công chúng.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Đặc điểm nhân khẩu. - Đặc điểm xã hội. <p><i>Liên hệ lại đặc trưng của công chúng để hiểu lý do vì sao phải phân tích theo các nhóm nhân khẩu và nhóm xã hội khi nghiên cứu công chúng truyền thông đại chúng.</i></p> <p>4.2. Ứng xử truyền thông của công chúng.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ứng xử truyền thông của công chúng phụ thuộc vào đặc điểm công chúng: Thực tập phân tích

			<p>trên các số liệu điều tra để thấy các nhóm công chúng khác nhau có ứng xử không giống nhau.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Các mô thức ứng xử truyền thông: giới thiệu một cách phân tích theo hướng từ ứng xử cụ thể của từng cá nhân tập hợp thành các nhóm ứng xử và các nhóm này có các đặc nhân khẩu xã hội đặc trưng. + 3 giai đoạn ứng xử của công chúng đối với một phương tiện truyền thông đại chúng + 4 nhóm ứng xử truyền thông - Cách sử dụng các phương tiện truyền thông nơi các tầng lớp công chúng. + Tùy thuộc đặc điểm nhân khẩu và đặc điểm xã hội của công chúng + Tùy thuộc vào các giai đoạn sống của con người <p>4.3. Mối quan hệ giữa truyền thông liên cá nhân và truyền thông đại chúng.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Mô hình truyền thông hai bước. - Vai trò của người lãnh đạo dư luận. <p><i>Phân tích các ví dụ cụ thể (quảng cáo trên các phương tiện truyền thông, sự hình thành dư luận,...)</i></p>
5	<p><u>CHƯƠNG 5 :</u></p> <p>Xã hội học truyền thông nghiên cứu hoạt động truyền thông và các nhà truyền thông.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Nắm vững vai trò của các nhà truyền thông. * Phương pháp dạy và học: Giảng lý thuyết và thảo luận nhóm. 	<p>5.1. Đặc điểm của các nhà truyền thông:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Đội ngũ các nhà truyền thông. <p>5.2. Lao động của các nhà truyền thông:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Các áp lực đối với các nhà truyền thông. - Vai trò "người trung gian", "người gác cửa", "người hướng dẫn dư luận".

6	<p><u>CHƯƠNG 6 :</u></p> <p>Xã hội học truyền thông nghiên cứu nội dung truyền thông.</p>	<p>- Thực hành phân tích nội dung truyền thông dựa trên các quan điểm tiếp cận.</p> <p>* Phương pháp dạy và học: đọc tài liệu, giảng lý thuyết, làm bài tập, thảo luận nhóm và thuyết trình</p>	<p>6.1. Văn phong báo chí là loại văn phong khác biệt với văn chương, dựa trên tư duy logic và làm việc trên những dữ kiện có thực, không được phép hư cấu.</p> <p>6.2. Phân tích thực nghiệm nội dung truyền thông - định lượng hóa các chỉ tiêu thông tin: Phân tích các ví dụ cụ thể, đề xuất các chủ đề có thể thao tác nghiên cứu nội dung truyền thông.</p> <p>6.3. Phân tích định tính trên cơ sở ký hiệu học: Liên hệ với các Bộ lọc trong mô hình truyền thông liên cá nhân (ví dụ: ngôn ngữ quảng cáo)</p>
7	<p><u>CHƯƠNG 7 :</u></p> <p>Ảnh hưởng xã hội của truyền thông đại chúng trong xã hội hiện đại.</p>	<p>- Liên hệ với các hướng tiếp cận để phân tích được ảnh hưởng xã hội của truyền thông đại chúng.</p> <p>- Thu thập và phân tích các ví dụ cụ thể trong hoạt động của truyền thông đại chúng để thấy được các ảnh hưởng xã hội của nó.</p> <p>* Phương pháp dạy và học: Đọc tài liệu, giảng lý thuyết, làm bài tập, thảo luận nhóm và thuyết trình.</p>	<p>7.1. Một số giả thuyết về ảnh hưởng xã hội của truyền thông đại chúng:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Giả thuyết về "Hố chênh lệch kiến thức". - Giả thuyết về "Chức năng thiết lập lịch trình". - Giả thuyết về mối quan hệ "Truyền thông và bạo lực". <p>7.2. Mối quan hệ giữa truyền thông đại chúng và dư luận xã hội.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Khái niệm Dư luận xã hội - Truyền thông đại chúng phản ánh dư luận xã hội và góp phần hình thành dư luận xã hội. Liên hệ với mô hình truyền thông hai bước và giả thuyết về khả năng thiết lập lịch trình - Truyền thông đại chúng - Dư luận xã hội - Phát triển xã hội (Ví dụ: hình ảnh doanh nghiệp tư nhân trong xã hội Việt Nam hiện nay; giao lưu văn hóa;...) <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"> - 3 môi trường xã hội hóa và 3 giai đoạn xã hội hóa - Sự có mặt của truyền thông đại chúng trong 3 giai đoạn xã hội hóa - Mối quan hệ giữa truyền thông và bạo lực xã hội ở những nhóm công chúng cụ thể (trẻ em, người có học vấn thấp,...) - Vai trò của truyền đại chúng và ý thức của các nhà truyền thông trong việc thực hiện chức năng xã hội hóa <p>7.4. Truyền thông xã hội.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Định nghĩa Truyền thông xã hội - chỉ có thể thực hiện khi đã có truyền thông đại chúng - Ví dụ về hoạt động truyền thông xã hội (nâng cao hình ảnh của doanh nghiệp tư nhân, học sử trên đường phố) - Các bước tiến hành của hoạt động truyền thông xã hội - Lượng giá kết quả và ý nghĩa xã hội của truyền thông xã hội. <p>7.5. Báo điện tử - một phương tiện truyền thông đại chúng mới.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Sự thuận tiện của phương tiện internet: tích hợp các phương tiện truyền thông đại chúng cũ trong báo điện tử và có thêm tiện ích mới - Làm tăng thêm logic CẦU trong tiếp cận truyền thông đại chúng và do đó làm rộng hơn hồ chênh lệch kiến thức - Internet không phải là công cụ vạn năng và các loại hình truyền thông đại chúng truyền thống vẫn có chỗ đứng bên cạnh báo điện tử.
--	--	---

4. HỌC LIỆU

a. Tài liệu chính:

- Xã hội học về truyền thông đại chúng, Trần Hữu Quang biên soạn, ĐH Mở bán công Tp. HCM, 1997.
- Xã hội học báo chí, Trần Hữu Quang, Nxb. Trẻ - Thời báo Kinh tế Sài Gòn - Trung tâm Kinh tế Châu Á - Thái Bình Dương, 2006.
- Chân dung công chúng truyền thông (Khảo sát xã hội học tại Tp. HCM), Trần Hữu Quang, Nxb. Trẻ - Thời báo Kinh tế Sài Gòn - Trung tâm Kinh tế Châu Á - Thái Bình Dương, 2001.
- Truyền thông đại chúng trong công tác lãnh đạo quản lý, PTS. Vũ Đình Hòe chủ biên, Nxb. Chính trị quốc gia, 2000.

a. Tài liệu tham khảo:

- Lịch sử báo chí Việt Nam từ khởi thủy đến năm 1945, Huỳnh Văn Tông, Nxb. Tp. Hồ Chí Minh, 2000.
- Báo chí Việt Nam, Hồng Chương, Nxb. Sự thật, 1985.
- Báo chí phương Tây, Dương Xuân Sơn, Nxb. ĐH Quốc gia Tp. HCM, 2000.
- Báo chí, những vấn đề lý luận và thực tiễn, Hà Minh Đức chủ biên, Nxb. ĐH Quốc gia Hà Nội, 1997.
- Nghĩ về nghề báo, Hữu Thọ Nxb. Giáo dục, 1997.
- Công việc của người viết báo Hữu Thọ Nxb. Giáo dục, 1997.
- Mấy vấn đề về nghiên cứu dư luận xã hội.
- Truyền thông xã hội, Net M. L. , Chu Tiến Anh dịch (in trong tập Xã hội học và thời đại, tập 1, Viện Thông tin Khoa học xã hội, 1990).
- Bùng nổ truyền thông - Sự ra đời của một ý thức hệ mới, Philippe Breton, Serge Proulx, Vũ Đình Phòng dịch, Nxb. Văn hóa, 1996.
- Quảng cáo và ngôn ngữ quảng cáo, Nguyễn Kiên Trường chủ biên, Nxb Khoa học xã hội, 2004.
- Tâm lý truyền thông và giao tiếp, Nguyễn Thị Oanh, ĐH Mở bán công Tp. HCM, 1993
- Luật báo chí và các văn bản thi hành.
- Các số liệu của một số cuộc điều tra xã hội học.
- Các bài báo đọc thêm.

5. TỔ CHỨC GIẢNG DẠY – HỌC TẬP

Lịch trình chung: (Ghi tổng số giờ cho mỗi cột)

CHƯƠNG	HÌNH THỨC TỔ CHỨC DẠY MÔN HỌC					Tổng
	Thuyết trình			Thực hành, thí nghiệm, điền dã,...	Tự học, tự nghiên cứu	
	Lý thuyết	Bài tập	Thảo luận			
Chương 1	3 tiết		2 tiết			5 tiết
Chương 2	3 tiết		2 tiết		Đọc trước tài liệu trước khi lên lớp	5 tiết
Chương 3	1 tiết		1 tiết		Đọc trước tài liệu trước khi lên lớp	2 tiết
Chương 4	3 tiết	3 tiết	2 tiết	Khảo sát công chúng	Đọc trước tài liệu trước khi lên lớp	8 tiết
Chương 5	1 tiết		2 tiết		Đọc trước tài liệu trước khi lên lớp	3 tiết
Chương 6	2 tiết	3 tiết	2 tiết	Phân tích báo	Đọc trước tài liệu trước khi lên lớp	7 tiết
Chương 7	3 tiết		2 tiết		Đọc trước tài liệu trước khi lên lớp	5 tiết
Tổng cộng	16	6	13			35

6. ĐÁNH GIÁ KẾT QUẢ HỌC TẬP

STT	Hình thức đánh giá	Trọng số
1	Giữa kỳ - (Thuyết trình theo nhóm)	30%
2	Cuối kỳ - (Tự luận hoặc Tiểu luận)	70%

7. DANH SÁCH GIẢNG VIÊN – TRỢ GIẢNG

- Họ và tên: **Trần Đan Tâm**
- Chức danh, học hàm, học vị: Nghiên cứu viên chính - Thạc sĩ Xã hội học
- Thời gian, địa điểm làm việc : Viện Phát triển bền vững vùng Nam Bộ
- Địa chỉ liên hệ: Cơ sở 57 Sương Nguyệt Anh – P.Bến Thành – Q.1 – Tp.HCM
- Điện thoại CQ: 08. 39251803 – DĐ: 0918605581
- Email: trandantam@gmail.com

Ban giám hiệu

Trưởng phòng QLĐT

P. Trưởng khoa

Nguyễn Thành Nhân

Lê Thị Mỹ Hiền