

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	5
-----------------------	---

Раздел I. ОСНОВЫ СОЦИОЛОГИИ МАССОВОЙ КОММУНИКАЦИИ

Глава 1. Теория коммуникации и социология коммуникации как компоненты коммуникологии	9
1.1. Теория коммуникации как основа формирования нового научного направления — коммуникологии.....	9
1.2. Современные социологические школы и теории коммуникации	21
1.3. Перспективы становления науки "коммуникология". Развитие "коммуникативистики"	38
Литература	49

Глава 2. Массовая коммуникация и ее социологическое изучение	50
2.1. Особенности развития коммуникаций в современном обществе.	50
2.2. Массовая коммуникация: определения, критерии.....	58
2.3. Социологический анализ коммуникации: определение объекта, предмета социологии массовой коммуникации, роли и места субъектов коммуникативной системы	70
Литература	83

Глава 3. Генезис массовой коммуникации и развитие социологии СМИ	84
3.1. Возникновение и развитие массовой коммуникации. Социальная роль и социальные функции средств массовой информации.....	84
3.2. Печать, телевидение и радио в системе средств массовой информации.....	97
3.3. Социология интернет-коммуникации	109
3.4. Социологические исследования с помощью интернет-технологий.....	147
Литература	195

Раздел II. ТЕХНИКА И ТЕХНОЛОГИЯ СБОРА , И ОБРАБОТКИ ИНФОРМАЦИИ

Глава 4. Методологические принципы проведения социологических исследований	197
4.1. Организация социологических исследований массовой коммуникации.....	198
4.2. Программа социологического исследования	207
4.3. Выборочный метод в социологическом исследовании	216
4.4. Измерение в социологии. Основные виды шкал.....	219
4.5. Изучение документов как метод социологического исследования	227
4.6. Методы формализованного анализа текстовой информации	229
4.7. Опрос — основной метод сбора информации в социологических исследованиях	238
4.8. Фокус-группы как разновидность опросного метода сбора информации.....	255
4.9. Измерение радио-, телеаудитории (TV-метрия). Автоматизированный метод опроса	260
4.10. Метод наблюдения в социологическом исследовании	267
4.11. Социометрический метод сбора данных	274
4.12. Эксперимент в социологическом исследовании.....	278
4.13. Тест семантического дифференциала.....	283
4.14. Методы изучения предпочтений	286
4.15. Обработка, анализ данных и обобщение результатов социологического исследования.....	288
Приложения	303