

Е. В. Баранова

# СОЦИОЛОГИЯ МАССОВОЙ КОММУНИКАЦИИ

Утверждено  
Министерством образования Республики Беларусь  
в качестве учебника для слушателей  
системы дополнительного образования взрослых  
по гуманитарным специальностям



Минск  
«Беларусь»  
2024

# Содержание

Введение .....	3
<b>Раздел 1. Социология массовой коммуникации как отрасль современной науки .....</b>	<b>5</b>
1.1. Теоретические основы социальной коммуникации .....	5
1.2. Эволюция социологии массовой коммуникации .....	18
<b>Раздел 2. Массовая коммуникация в системе социально-политических отношений .....</b>	<b>46</b>
2.1. Особенности политической коммуникации в современных условиях .....	46
2.2. СМК в правовом государстве .....	74
2.3. Социальные детерминанты массовой коммуникации .....	92
<b>Раздел 3. Современная модель средств массовой информации и коммуникации .....</b>	<b>110</b>
3.1. Коммуникационные технологии .....	110
3.2. Практика коммуникационной деятельности СМИ .....	122
<b>Раздел 4. Методология и методика социологического исследования массовой коммуникации: современные подходы .....</b>	<b>155</b>
4.1. Особенности социологического исследования массовой коммуникации .....	155
4.2. Контент-анализ – важнейший социологический метод изучения продукции масс-медиа .....	167
4.3. Содержание анкеты социологического опроса (коллективного интервью) .....	172
Заключение .....	190
Приложение 1 .....	191
Приложение 2 .....	191
Приложение 3 .....	192
Рекомендуемая литература .....	194
Дополнительная литература .....	197