

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
Раздел 1. Социология массовой коммуникации как отрасль современной науки	5
1.1. Теоретические основы социальной коммуникации	5
1.2. Эволюция социологии массовой коммуникации	18
Раздел 2. Массовая коммуникация в системе социально-политических отношений	46
2.1. Особенности политической коммуникации в современных условиях	46
2.2. СМК в правовом государстве	74
2.3. Социальные детерминанты массовой коммуникации	92
Раздел 3. Современная модель средств массовой информации и коммуникации	110
3.1. Коммуникационные технологии	110
3.2. Практика коммуникационной деятельности СМИ	122
Раздел 4. Методология и методика социологического исследования массовой коммуникации: современные подходы	155
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