

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://studservis.ru/gotovye-raboty/otvety-na-bilety/226220>

Тип работы: Ответы на билеты

Предмет: Масс-медиа

-

Следующее направление эмпирических исследований массовой коммуникации — анализ непосредственного сообщения, текста, являющегося носителем информации. Основным методом изучения содержания является контент-анализ, который представляет собой методику определения частоты появления в сообщениях интересующих исследователя характеристик. Одним из ведущих отечественных исследователей контент-анализа, Л.Н. Федотовой, выделяются следующие условия, которым он должен соответствовать.

1. При интересе исследователя к тем или иным характеристикам текстов они должны фиксироваться во всех избранных для исследования материалах, чем достигается объективность анализа. Дополняется она тем, что эти характеристики определяются программой столь ясно и однозначно, что к одинаковому результату приходят два исследователя, работающие по одной методике с одним и тем же массивом текстов.

2. Как и при получении любого научного знания, нужна систематичность анализа объекта исследования; выбор соотношений для анализа должен основываться на формальных, обусловленных, беспристрастных признаках; другими словами, исследователь не может выбрать для анализа только те части текста, которые подтверждают его гипотезу и отвергают другие. Это требование позволяет избежать аргументированной подтасовки фактов.

3. Как и в любом социологическом исследовании, в контент-анализе нужна научная строгость, которая подразумевает обязательное соблюдение этапов исследования с набором требований, предъявляемых каждому из них.

4. Для распространения выводов, полученных на основании анализа ряда материалов, на всю реальную деятельность их источника этот ряд должен отвечать требованиям репрезентативности — быть характерным для всей реальной деятельности источника.[12]

1. Беликов В.И. Социоллингвистика Учеб. для вузов/ В.И. Беликов, Л.П. Крысин.- М., РГГУ.,2001 - 436,[12] с. *

2. Бориснев С.В. Социология коммуникации: учеб. пособие для студентов вузов/С. В. Бориснев.- М., ЮНИТИ-ДАНА.2003.- 270 с. *

3. Гойхман О. Я. Речевая коммуникация :Учеб. для студентов вузов /О.Я.Гойхман, Т.М.Надеина; Под ред. О.Я.Гойхмана.- М., ИНФРА-М., 2001.- 269, [3] с. *

4. Гришаева Л. И.Введение в теорию межкультурной коммуникации: учеб. пособие для студентов вузов /Л. И. Гришаева, Л. В. Цурикова.- М., Академия.,2007.- 336 с. *

5. Караулов Ю. Н. Русский язык и языковая личность/ Ю.Н. Караулов.- М.:Наука,.- 261, [2] с.

6. Конечкая В.П. Социология коммуникации: Учебник/ В.П. Конечкая.-М.;Международный университет бизнеса и управления, 1997.-304 с.

7. Мечковская Н. Б. Общее языкознание Структурная и социальная типология языков: Учеб. пособие для студентов филол. и лингв. спец/ Н.Б. Мечковская.- М., Флинта; Наука,2001. - 312 с.*

8. Мечковская Н. Б. Семиотика: Язык. Природа. Культура Курс лекций: Учеб. пособие для студентов вузов по спец. 022600 - Теория и методика преп. иностр. яз. и культур, 022900 - Перевод и переводоведение, 023300 - Теория и практика межкультурной коммуникации и 021700 - Филология/ Н.Б. Мечковская.- М., Academia, 2004.- 428, [4] с.*

9. Назаров М. М. Массовая коммуникация и общество введение в теорию и исследования / М. М. Назаров ; Нац. Фонд Подготовки Кадров ; Центр соц. образования, Ин-т социологии РАН.- М., Аванти плюс,2000.- 428 с. *

10. Науменко Т. В. Социология массовой коммуникации учеб. пособие для студентов вузов по спец. 020300 "Социология" /Т. В. Науменко.- СПб., Питер, 2004.- 288 с. *

11. Основы теории коммуникации Учеб. для студ. вузов, обучающихся по спец. 020330 "Социология"/ М.А.Василик, М.С.Вершинин, В.А.Павлов и др.; Под ред. М.А.Василика.- М.: Гардарики, 2003.-615 с.*

12. Основы теории коммуникации: практикум/ Л.Г. Викулова, А.И.Шарунов.- М.:АСТ, 2008-316 с.
13. Подгурецкий Ю. Социальная коммуникация /Ю. Подгурецкий.- М., Гелиос АРВ, 2003.- 159 с. *
14. Почепцов Г. Г. Паблик рилейшнз, или как успешно управлять общественным мнением / Г.Г. Почепцов.- М., Центр.- 2005. -317 с. *

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://studservis.ru/gotovye-raboty/otvety-na-bilety/226220>