

ПИТАННЯ ДО ІСПИТУ

Соціологія масової комунікації

1. Соціологія як наука.
2. Історія розвитку соціології.
3. Рівні та структура соціологічної науки.
4. Програма, план і логіка соціологічного дослідження.
5. Масова комунікація, напрямки її впливу.
6. Соціологія масових комунікацій як наука.
7. Історія розвитку соціології масових комунікацій.
8. Об'єкт і предмет соціології масових комунікацій.
9. Громадська думка як явище суспільного життя.
10. Історія розвитку поняття "громадська думка" в Україні та за кордоном.
11. Етапи розвитку громадської думки.
12. Соціологія громадської думки як наука.
13. Об'єкт і суб'єкт громадської думки.
14. Комунікатор як суб'єкт комунікації.
15. Основні типи комунікатора та їх дослідження.
16. Форми поєднання соціологічних досліджень з редакційною практикою.
17. Комунікатор як об'єкт дослідження.
18. Класичні методи аналізу змісту.
19. Професійний журналістський аналіз змісту.
20. Контент-аналіз як метод дослідження.
21. Історія розвитку методу контент-аналізу.
22. Напрямки контент-аналізу.
23. Типологічні особливості каналів комунікації.
24. Особливості мас-медіа різних рівнів і напрямків.
25. Історія досліджень аудиторії в Україні.
26. Історія досліджень аудиторії за кордоном.
27. Аудиторія, її сутність і види.
28. Напрямки вивчення аудиторії.
29. Методи вивчення аудиторії.
30. Ефективність мас-медіа.
31. Види та критерії ефективності журналістики.
32. Типи соціологічних досліджень ефективності журналістики.
33. Методики підвищення ефективності матеріалів комунікації.
34. Поняття "методу" в соціології.
35. Методологія, методика і техніка соціологічних досліджень.
36. Опитування і його види.
37. Анкетування, правила складання анкети.
38. Інтерв'ю як метод збору інформації в соціології та журналістиці.
39. Надійність та обґрунтованість дослідження і види їх перевірки.
40. Спостереження як метод соціології.
41. Види спостереження.
42. Експеримент як соціологічний метод.
43. Види експериментальних досліджень.
44. Сутність і принципи контент-аналізу.
45. Предмет і об'єкт контент-аналізу.
46. Загальні правила контент-аналітичних досліджень.
47. Особливості, переваги та недоліки методу контент-аналізу.
48. Процедура контент-аналізу.
49. Категорії та одиниці дослідження в контент-аналізі.