

Л. Н. Федотова

**ОБЩЕСТВЕННОЕ
■ М Н Е Н И Е ■**

И ЖУРНАЛИСТИКА

*Издательство Московского
университета*



L.N. Fedotova

PUBLIC OPINION

AND JOURNALISM

«Public opinion and journalism»
is permitted by the Educational and Methodical
Association for Classic University Education
as a textbook for the students of High Schools on
«Journalism» (code 030600 for High Professional
Education, 030601 for State Educational
Standard-2, 031300 for Federal State
Educational Standard)



*Moscow University
Press
2011*

Л. Н. Федотова

ОБЩЕСТВЕННОЕ МНЕНИЕ И ЖУРНАЛИСТИКА

Допущено УМО
по классическому университетскому образованию
в качестве учебного пособия для студентов
высших учебных заведений, обучающихся
по направлению подготовки ВПО 030600
«Журналистика» и специальности 030601
«Журналистика» для ГОС-2
и направлению подготовки ВПО 031300
«Журналистика» для ФГОС



Издательство Московского
университета
2011

Тверской государственный университет



Научная библиотека

00315489

1/4.0

Оглавление

<i>Введение</i>	6
<i>Глава 1. Становление плюралистического общества как фактор социологических исследований общественного мнения</i>	7
<i>Глава 2. История изучения общественного мнения</i>	56
<i>Глава 3. Методика исследования общественного мнения</i>	100
<i>Глава 4. Прогнозные возможности опросов общественного мнения</i>	166
<i>Глава 5. Средства массовой коммуникации: влияние на общественное мнение</i>	231
<i>Глава 6. Формы презентации общественного мнения в прессе</i>	295
<i>Глава 7. Исследования общественного мнения и средств массовой коммуникации</i>	318
<i>Заключение</i>	368
<i>Библиография</i>	371

Contents

<i>Introduction</i>	6
<i>Chapter 1. The rise of pluralist society as a factor of public opinion research</i>	7
<i>Chapter 2. The history of public opinion research</i>	56
<i>Chapter 3. The public opinion research: methods and technique</i>	100
<i>Chapter 4. The prognostic opportunities of public opinion research</i>	166
<i>Chapter 5. Mass communication: the influence on public opinion</i>	231
<i>Chapter 6. The forms on presenting public opinion in press</i>	295
<i>Chapter 7. The research of public opinion and mass communication</i>	318
<i>Summing up</i>	368
<i>Bibliography</i>	371