



КОНТЕНТ-АНАЛИТИЧЕСКИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ В ИЗУЧЕНИИ ОБЩЕСТВЕННОГО МНЕНИЯ УЗБЕКИСТАНА



Ташкент-2016

УДК: 316.653(575.1):366.636

ББК: 60.5 (5Ў)

Ответственный редактор:

д-р геог. наук, проф. А.Б. Ата-Мирзаев

Рецензенты:

д-р соц. наук, проф. М.Х. Ганиева;

д-р экон. наук, проф. А.Ф. Расулев

К64 Контент-аналитические исследования в изучении общественного мнения Узбекистана / Р.А. Убайдуллаева, Н.Х. Рахимова, Д.В. Тростянский, Д. Ф. Кадырова, М.А. Айдинова, М.К. Хаджимухамедов, Т.О. Садыков; - Т.: «Iqtisod-Moliya», 2016.- 112 с.

В работе рассматриваются методы применения контент-анализа в исследовании роли и места средств массовой информации, как одного из направлений изучения общественного мнения. В качестве конкретных примеров использованы, проведенные отделом «Информационных исследований» Центра в 1999-2015 годы, контент-анализы материалов периодической печати республики по наиболее актуальным проблемам. Авторы надеются, что ознакомление с процедурой проведения этих исследований, постановкой задач, разработкой категорий анализа и методами интерпретаций полученных статистических результатов будут востребованы СМИ, студентами социологических факультетов и кафедр вузов, а также социологами, специализирующимися на изучении средств массовой информации.

Работа подготовлена в рамках проекта А-1-017+А-1-002+(А1-003) «Разработка институционально-методического инструментария и механизмов обеспечения информационной безопасности молодежи»

Рекомендовано к изданию учебно-методическим советом Центра изучения общественного мнения «Ижтимоий фикр»

УДК: 316.653(575.1):366.636

ББК: 60.5 (5Ў)

ISBN 978-9943-13-630-4

© «IQTISOD-MOLIYA», 2016

© Коллектив авторов, 2016

СОДЕРЖАНИЕ

Введение.....	4
1. Зарубежный опыт контент-аналитических исследований содержания СМИ	10
1.1. Применение контент-анализа при исследовании роли и места СМИ по освещению актуальных проблем Узбекистана.....	15
1.2. Контент-аналитические исследования периодической печати Узбекистана за 1999-2015 годы	38
1.1. Контент-аналитические исследования, проведенные в режиме мониторинга.....	46
1.2. Контент-аналитические исследования, освещающие социально-политические события.....	61
1.3. Контент-аналитические исследования по освещению государственных программ, утвержденных Президентом страны И.А.Каримовым.....	76
Заключение.....	87
Приложение.....	89
Литература.....	110

ий круг интересов, специализированный и приспособленный под запросы аудитории, по тех-
позволяет избежать характеристикам мало доступен. В этой связи пресса, обладая высокой техн-
и все виды контак- ступностью и разнообразием жанров, в условиях рынка в большей степени, че-
на все преимущес- каналы коммуникации, отражает интересы аудитории.

й ограничено. Т В ходе исследования, авторы базировались на трудах зарубежных (В. Берельсон, А.
ческой и социаль- альбарран, Р. Голдинг, Г. Гербнер, П. Вихаллем, Б.А. Грушин, Т.М. Дридзе, Ж. Касен, В.С.
ов.⁸ Таким образ- поробейников, В.А. Мансуров, Э. Ноэль-Нойман, А. Семенова и др.) и отечественных
и характеристика- ных (Я.М. Маматовой, Д.С. Саъдуллаева, Ф.А. Муминова, М. Худайкулова), написавших
иссертации, учебные пособия и монографии по средствам массовой информации.

вия на аудиторию. Авторы благодарны ученым Центра «Ижтимоий фикр» Ага-Мирзаеву О.Б., Ганиевой
ей, и руководител- М.Х. за активное участие в обсуждении данной работы и высказанные конструктивные
аудитории; будет замечания. Особую благодарность авторы выражают сотрудникам отдела «Информационных
оно определенн- исследований и международных связей» (Гулямову Б.Х., Яхшимуратовой М.Р., Решетникову
поведению в цело- И., Мирзаевой Р.) за оказанную помощь при наборе, форматировании и дизайне
ии. предлагаемого текста книги.

ели, направленн-
о (основываясь
! основных целе-
зучение систем
и сообщения. Д.
звляется контен-

тий тем, что они
ыми им предсто-
нного мнения, ка-
оваться на метод
га, накопленно
решение тех ил
в исследовани
пределении роле-
ие.

нки содержания
ние возросши
.

предоставляе-
ала, а интернет

ки, потребности
м страны в апреле
ение сведений об
государственное
интернет – 11,2%