

## ОГЛАВЛЕНИЕ

<b>Предисловие</b> .....	7
<b>Глава 1. Коммуникативные технологии, массовое сознание и личность: традиционные подходы и современность</b> .....	9
1.1. Теории коммуникации и семиосоциопсихологическая парадигма .....	9
1.2. Исследования влияния коммуникативных технологий на личность .....	13
1.3. Отечественные концепции управления в свете экоантропоцентрической парадигмы Т.М. Дридзе.....	17
1.4. Введение социально ориентированного управления в классификацию функций средств массовых коммуникаций .....	22
1.5. Интенциональный подход к анализу коммуникативных процессов.....	26
<b>Глава 2. Методы, технологии, техники исследования коммуникативного пространства</b> .....	36
2.1. Семиосоциопсихологическое исследование.....	36
2.2. Основные подходы и практики изучения социальной эффективности и социальных эффектов средств массовой коммуникации.....	40
<b>Глава 3. Коммуникативные практики</b> .....	48
3.1. Реалити-шоу как социокультурный феномен .....	48
3.2. PR как особая функция управления.....	50
3.3. Коммуникативные технологии в рекламе .....	56
3.4. Слоган как элемент массового сознания.....	59
3.5. Влияние коммуникативных технологий на личность в контексте рекламы.....	62

3.6. Интернет-мошенничество как значимая характеристика коммуникативного пространства Интернета.....	65
3.7. Коммуникативное пространство и социально-управленческие проблемы российских малых городов .....	78
<b>Глава 4. Проблемы коммуникативного неравенства в России.....</b>	<b>84</b>
4.1. Исследование коммуникативного неравенства в России: обоснование актуальности, постановка целей и задач .....	84
4.2. Исследование коммуникативной структуры гражданского общества в России.....	88
4.3. Исследовательский этап I: анализ сайтов общественных организаций .....	90
4.4. Исследовательский этап II: экспертный опрос активных участников гражданского общества.....	106
4.5. Исследовательский этап III: изучение гражданского общества России через призму проблемных жизненных ситуаций граждан .....	149
4.6. Исследование территориальных аспектов коммуникативного неравенства .....	162
<b>Глава 5. Коммуникативные аспекты управления .....</b>	<b>171</b>
5.1. Коммуникативные аспекты российской модели управления: векторы воздействия и взаимодействия .....	171
5.2. Анализ поведенческих форм коммуникативной активности граждан Российской Федерации.....	182
5.3. Социальный портрет населения по типам коммуникативной активности.....	187
<b>Заключение .....</b>	<b>194</b>
<b>Об авторе.....</b>	<b>196</b>
<b>Литература.....</b>	<b>197</b>