

Федеральное агентство по образованию
АМУРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
Филологический факультет

Ю.Г. Магницкий

Социология журналистики

Учебно-методическое пособие

Благовещенск

2005

ББК
М

Печатается по решению редакционно-
издательского Совета
филологического факультета
Амурского государственного
университета

Магницкий Ю.Г.

Социология журналистики. Учебно-методическое пособие для студентов специальности «Журналистика». Благовещенск, Амурский гос. ун-т, 2005.

Пособие подготовлено на основании государственного образовательного стандарта высшего профессионального образования. Содержит тематические лекционные разработки, планы семинарских занятий, методические указания, тематику курсовых и дипломных работ, контрольные и экзаменационные вопросы, перечни ключевых понятий и терминов, списки основной и дополнительной литературы по учебным темам.

Рецензент: Г.В. Никитин, зав. кафедрой философии, социологии и политологии БГПУ, канд. филос. наук, доцент.

© Амурский государственный университет, 2005

ВВЕДЕНИЕ

Социология журналистики – современная отрасль социологической науки, возникшая на стыке нескольких научных дисциплин, прежде всего гуманитарно-коммуникативного цикла. Она имеет собственный предмет, методологию и методику, которым и посвящено данное учебно-методическое пособие, ориентированное в соответствии с государственным образовательным стандартом на базовые дисциплинарные разработки, в частности, на учебник «Социология журналистики» под ред. С.Г. Карконосенко (М.: Аспект Пресс, 1998 // 2004).

Пособие рассчитано на 32 ак. час. (лекции – 16 час., сем. – 16 час.) и для студентов, специализирующихся в области журналистики. Форма итогового контроля – экзамен в 9-м семестре.

Пособие преследует следующие цели: -1) способствовать обобщению теоретических основ и практических задач курса социологии журналистики; -2) максимально помочь лучшему усвоению студентами соответствующего профессионального направления ее предмета, практических навыков и умений в сфере журналистской деятельности начала XXI в.

В Пособии содержатся методические разработки по темам лекций // семинаров и необходимые сведения о теоретическом, прикладном и эмпирическом аспектах социологии журналистики; определены ключевые понятия и базовые категории данного дисциплинарного комплекса; имеются темы курсовых и дипломных работ, контрольные вопросы к каждой учебной теме, вопросы к экзамену, а также – списки основной и дополнительной литературы.

Материал Пособия организован по тематическому принципу: делится на 8 глав, структура которых стереотипна и содержательно алгоритмична. Все это, как представляется, позволяет студентам-журналистам успешно овладевать

необходимыми социологическими знаниями и практически значимыми технологиями работы в пределах своих профессиональных обязанностей.

Государственный стандарт дисциплины «Социологии журналистики»

Социология журналистики как предметная область социологии. Формирование социологической грамотности и культуры журналиста. История развития социологии журналистики. Социология журналистики и потребности практики средств массовой информации.

Задачи, объекты, направления, типы, виды социологических исследований. Теоретическая база, основной понятийный аппарат. Особенности организации исследований в области социологии журналистики. Этапы и процедуры исследований.

Социологическая теория функционирования средств массовой информации. Социальные функции СМИ и их социологический анализ. Социологический подход к процессам производства, распространения и потребления массовой информации.

Социологическое знание в процессе обоснования типа, концепции и программы органа информации и их реализации. Виды и задачи соответствующих исследований. Роль социологических методов и информации на других этапах работы редакции и журналиста.

Аудитория средств массовой информации (в целом, отдельных изданий, каналов, программ) Понятия целевой (базовой), потенциальной, реальной аудитории. Социальные потребности как объективная основа информационных потребностей. Субъективные и объективные характеристики аудитории: информационные потребности, интересы, мотивы обращения к СМИ, запросы, ожидания, характеристики потребления массовой информации.

Задачи и методы комплексных социологических исследований аудитории СМИ. Медиаметрические исследования аудитории как направление социологии журналистики и информационного маркетинга. Количественные и качественные

методы аудиторных исследований. Интервьюирование (очные, телефонные и электронные опросы), анкетирование, дневники, фокус-группы, технические методы замеров аудитории. Типы выборок. Анализ данных, их комментирование. Итоговые документы аудиторных исследований (стандартизация показателей, табличные и графические способы представления данных).

Тенденции информационного поведения аудитории современных российских СМИ и ее отношения к ним.

Задачи и методы изучения текстов массовой информации. Качественные и качественно-количественные методы. Особенности конструирования выборок. Контент-анализ и его разновидности. Качественный анализ (в том числе экспертное чтение). Особенности социологического анализа печатной и аудиовизуальной информации. Новые возможности анализа текстов массовой информации с использованием компьютерной техники, на базе электронных версий СМИ.

Задачи и методы изучения редакционной почты. Возможности контент-аналитической техники. Принципы и методы разработки кодификаторов.

Общественное мнение как социальный феномен, его роль в демократическом обществе и в процессе функционирования СМИ. Направления, особенности и методы изучения общественного мнения.

Социологическая информация на страницах печати, телевидения, радио, в сетевых СМИ. Надежность и достоверность социологической информации, правила работы с ней в журналистике (критерии отбора, интерпретации, комментирования, способы представления СМИ). Правовые и иные формы регулирования.

Владельцы СМИ, учредители органов информации и их социологическое изучение.

Редакция и журналист как объекты социологии журналистики. Задачи и методы исследований. Социология журналистского образования. Черты со-

циологического портрета современного российского журналиста.

Социологическая литература и периодика. Социологические центры, их специализация. Каналы распространения социологической информации.

Принципы сотрудничества редакций и журналистов с социологической организацией. Права и обязанности заказчика и исполнителя. Редакционные социологические исследования. Оперативные опросы (в том числе в формах интерактивной журналистики): репрезентативность, границы выводов. Специализированная социологическая служба органа информации.

ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН ЛЕКЦИЙ И СЕМИНАРОВ

№	Лекции	Часы	Семинары	Часы
1.	Социология: знание о мире и мировоззрение.	2	Социология журналистики как отраслевое направление социологической науки.	2
2.	Социология журналистики в системе теории журналистики.	2	Возникновение и пути развития социологии журналистики.	2
3.	Социожурналистика: понятие и структура.	2	Социология журналистики и эффективность журналистской деятельности.	2
4.	Культура социологического мышления журналиста.	2	Я - концепция журналиста и его социальная позиция.	2
5.	Исследование и расследование в журналистике.	2	Количественные и качественные социологические методы в труде журналиста.	2
6.	Социологические публикации в прессе.	2	Точки соприкосновения и противоречия журналистских и социологических публичных материалов.	2
7.	Журналист и редакция как объект социологии журналистики.	2	Социологический анализ журналистских публикаций // текста.	2
8.	Социология рынка и маркетинг СМИ.	2	Социологическое обеспечение PR-рекламной	2

			деятельности в масс-медиа.	
1-8	Итого	16	Итого	16

Всего по курсу: 32 ак. час. аудиторной нагрузки.

СОДЕРЖАНИЕ КУРСА

Лекция 1. Социология: знание о мире и мировоззрение (2 часа).

Предмет, объект, функции, структура, уровни, цели, задачи, перспективы социологии. Этапы развития социологии в отечественных и зарубежных условиях: общая характеристика. Место социологии в ряду современного научного знания. Роль теории в социологическом исследовании. Социология общественного мнения в аспекте журналистики. Особенность осуществления конкретного социологического исследования и анализа социологических данных. Качество социологической информации.

Семинар 1. Социология журналистики как отраслевое направление социологической науки (2 часа).

План занятия

1. Структура социологического знания и особенности социологии журналистики в его составе.
2. Важнейшие характеристики и параметры социологии журналистики: понятие, функции, предмет, объект, структурные уровни.
3. Цели, задачи, перспективы современной социологии журналистики.
4. Комплекс социологических знаний как важная составляющая подготовки журналиста XXI в.

Ключевые понятия и категории:

Наука, социология, социология журналистики, журналистика, социологические функции, структура социологии, предмет и объект социологии,

социологическая теория, социологическое исследование, анализ социологических данных.

Вопросы для самоконтроля

1. Социология как научная дисциплина.
2. Социология журналистики как отраслевое социологическое направление.
3. Функции и структурные уровни социологии.
4. Цели, задачи, перспективы социологической науки.
5. Понятие, виды, этапы социологического исследования; методы сбора первичной социологической информации и анализа социологических данных.
6. Социология общественного мнения; социология массовой коммуникации; социология средств массовой информации.

Литература

1. Социология журналистики (Под ред. С.Г. Карпоносенко) – М., 1998 // 2004. Вводная глава: С. 5-24.
2. Павленок П.Д. Социология: Учебник – М., 2002. С. 5-44.
3. Добренъков В.И., Кравченко А.И. Социология: В 3-х т. Т.1: Методология и история – М., 2000 // 2003.
4. Ядов В.А. Стратегия социологического исследования – М., 2001.
5. Основы прикладной социологии // Под ред. Ф.Э. Шереш, М.К. Горшкова – М., 1996.
6. Российская социологическая энциклопедия // Под ред. Г.В. Осипова – М., 1998.

Лекция 2. Социология журналистики в системе теории журналистики (2 часа).

Журналистика и социология: сравнительный анализ. Основные цели социологии средств массовой коммуникации и «цеховые» рамки журналистской деятельности. Теория журналистики и социология журналистики: сопоставление. Социология и реалии производственно-журналистской жизни // журналистского мастерства: методика труда журналиста, поэтика журналистики, психология журналистики. Важнейшие функциональные возможности социологии журналистики. Состав социологии журналистики и формы существования // уровни теории журналистики. Социожурналистика как подсистема социологии журналистики. Предметная область, задачи, прагматические особенности социологии журналистики в системе теории журналистики.

Семинар 2. Возникновение и пути развития социологии журналистики
(2 часа).

План занятия

1. Истоки социального знания в журналистике.
2. Журналистика и социология: первые опыты взаимодействия.
3. Социологические аспекты теории журналистики: отражение общественных противоречий.
4. Самоопределение социологии журналистики как науки.
5. Динамика взаимосвязи социологии и науки на рубеже XX-XXI столетий.

Ключевые понятия и категории:

Социология журналистики как отраслевая научная дисциплина, теория журналистики, структура науки, система науки, социология масс-медиа как самостоятельная социологическая наука, общественные противоречия, теоретическая социология, прикладная социология, эмпирическая // «конкретная» социология, социологическая методология, социологическая методика, профессиональная журналистика, профессиональная социология,

социологическое сознание, социожурналистика как раздел социологии журналистики.

Вопросы для самоконтроля

1. Система теории журналистики.
2. Сравнительный анализ социологической науки и журналистики как формы деятельности: сходства и различия.
3. Сопоставление // соотношение теории журналистики и социологии журналистики.
4. Основные характеристики, цели, задачи социологии средств массовой коммуникации.
5. Социология и общая теория журналистики: принципы, функции, назначение, роль в духовно-культурном прогрессе.
6. Содержательный комплекс социологии журналистики: формы существования, предметная область, главные задачи, прагматические ориентиры.

Литература

1. Социология журналистики // Под ред. С.Г. Карпоносенко – М., 1998 // 2004. С. 25-45.
2. Ворошилов В.В. Журналистика: Учебник – СПб., 1999/2003. Гл. 1-3.
3. Прохоров Е.П. Введение в теорию журналистики: Уч. пособие – М., 1998 // 2004. Гл. 1-4.
4. Павленок П.Д. Социология: Учебник – М., 2002. Гл. 1-4; 32; 34.
5. Добренъков В.И., Кравченко А.И. Социология – М., 2000 // 2003. Т.1, Т.2 . (Гл. 4).
6. Российская социологическая энциклопедия // Под ред. Г.В. Осипова – М., 1998.

Лекция 3. Социожурналистика: понятие и структура (2 часа).

Социожурналистика как особый род сознания и действий, методика труда в аспекте социологии журналистики. Социожурналистика как уровень квалификации сотрудников СМИ: высокая социологическая культура мышления; поиска, сбора, интерпретации информации; социальной ответственности за журналистскую деятельность. Соотношение: социология - социология журналистики - теория журналистики. Соотношение: социология журналистики – социожурналистика – журналистская практика. Квалификация, практическая деятельность, теоретическое обоснование действий, общее и профессиональное образование как главные составляющие содержания социожурналистики. Структура социожурналистики: теоретическая аргументация, социологическое сознание, методика и техника труда.

Семинар 3. Социология журналистики и эффективность журналистской деятельности (2 часа).

План занятия

1. Эффективность журналистской деятельности: проблемы и параметры.
2. Объект и предмет социологии журналистики в аспекте конечного результата работы журналиста.
3. Критерии и детерминации эффективности журналистского труда.
4. Научно-социологическая обеспеченность качественного журналистского производства.
5. Методы изучения и оптимизации журналистской деятельности.

Ключевые понятия и категории:

Социожурналистика, социологическое сознание // мышление, социологическая культура журналиста, социальная ответственность журналиста, журналистская практика, структура социожурналистики, эффективность журналистской деятельности, научно- социологическое // социолого-исследовательское обеспечение журналистского производства, оптимизация журналистской деятельности, методы изучения журналистской деятельности.

Вопросы для самоконтроля

1. Понятие, функции, структура, назначение социожурналистики.
2. «Местоположение» социожурналистики в ряду социологии журналистики и журналистской практики.
3. Работа журналиста, владеющего социологической методикой, и деятельность профессионального социолога: сходства и различия.
4. Основные социологические методы исследования журналистской деятельности.
5. Важнейшие методы оптимизации труда журналиста.
6. Проблемы и особенности // параметрические характеристики эффективности журналистской работы // производства публичной информации.

Литература

1. Социология журналистики // Под ред. С.Г. Карпоносенко – М., 1998 // 2004. С. 46-60; 85-106.
2. Ворошилов В.В. Журналистика: Учебник – СПб., 1999/2003. Гл. 3.
3. Прохоров Е.П. Введение в теорию журналистики: Уч. пособие – М., 1998 // 2004. Гл. 6, 9.
4. Павленок П.Д. Социология: Учебник – М., 2002. Гл. 3-5.
5. Добренков В.И., Кравченко А.И. Социология: В 3-х т. Т.3 – М., 2000.
6. Ядов В.А. Стратегия социологического исследования – М., 2001.

7. Десять лет социологических наблюдений – М.: Институт ФОМ, 2003.

8. Российская социологическая энциклопедия // Под ред. Г.В. Осипова – М., 1998.

Лекция 4. Культура социологического мышления журналиста (2 часа).

Внутренняя природа человеческого мышления и проблема сознания. Преодоление традиционного // стереотипного мышления и привычки в аспекте журналистской деятельности. Критическое восприятие действительности – условие возникновения и реализации культуры социологического мышления журналиста как одного из проявлений научного мировоззрения. Соотношение сознания – мышления и культура языка. Проблема интеллекта и интеллектуальных способностей. «Здравый смысл» в аспекте социожурналистики и социологии. Система представлений индивида о самом себе и психологические установки человека // журналиста. Проблема социализации и культура социологического мышления представителей журналистской профессии.

Семинар 4. Я - концепция журналиста и его социальная позиция (2 часа).

План занятия

1. Мышление человека и его важнейшие социально-психологические атрибуты: нравственное сознание, восприятие, отражение общественной действительности.

2. Осознание индивидом его доминантных качеств: интеллектуальных, нравственных, физических и др.

3. Самооценка (самоидентификация) человека.

4. Субъективное восприятие личностью внешних социальных факторов и ее социальная позиция.

5. Я – концепция журналиста как совокупность психологических и социальных установок (аттитюдов).

6. Основные типы журналистских «идеологий» как воплощение социализации.

Ключевые понятия и категории: Я – концепция человека // журналиста, психоанализ, психологические установки, социальная установка // аттитюд, нравственное сознание, мышление, восприятие, отражение социальной действительности, интеллект, журналистская «идеология», идентификация, самоидентификация человека, социальная позиция.

Вопросы для самоконтроля

1. Я – концепция человека // журналиста как социально-психологическая категория.

2. Система представление индивида // журналиста о самом себе // своей профессиональной работе и составляющие данной системы.

3. Психологические и социальные (аттитюды) личностные установки.

4. Первичная и вторичная социализация личности.

5. Социальный статус человека // журналиста и интериализация, апперцепция, отождествление журналистом себя с референтными группами.

6. Аскритивный процесс и социальная позиция журналиста.

Литература

1. Социология журналистики // Под ред. С.Г. Карпоносенко – М., 1998 // 2004. С. 107-126.

2. Социальная психология // Под ред. А.Н. Сухова, А.А. Деркача – М., 2003. Гл. 3, 4 (С. 40-61), 20 (С. 279-309).

3. Основы прикладной социологии // Под ред. Ф.Э. Шереш, М.К. Горшкова – М., 1996. С. 79-83.
4. Ворошилов В.В. Журналистика: Учебник – СПб., 1999/2003. Гл. 3, 4.
5. Прохоров Е.П. Введение в теорию журналистики: Уч. пособие – М., 1998 // 2004. Гл. 6.
6. Российская социологическая энциклопедия // Под ред. Г.В. Осипова – М., 1998.

Лекция 5. Исследование и расследование в журналистике (2 часа).

Журналистское исследование и научное социологическое исследование. Методология разрешения противоречий и основные подходы к анализу его сторон. Главные методы и технологии журналистского исследования, его особенности, позитивы и негативы, характеристики, цели и задачи. Социологическое обеспечение журналистской исследовательской деятельности.

Журналистское расследование: понятие, функции, цели, задачи, преимущества и проблемы, причины и перспективы. Методика сбора и обработки фактов в журналистском расследовании и исследовании: сравнительный анализ. Конфликт как объект журналистского расследования. Понятие, особенности, функции, структура, стадии социального конфликта. Сюжеты публикаций о социальном конфликте. Поиск информации и ее обработка, анализ в журналистском исследовании // расследовании. Реализация публикаций и гражданская // юридическая ответственность, подлинный радикализм журналистской позиции.

Семинар 5. Количественные и качественные социологические методы в труде журналиста (2 часа).

План занятия

1. Социологическое и журналистское исследование: сопоставление.
2. Количественные социологические методы в журналистской практике.
3. Качественные социологические методы в труде журналиста.
4. Основные характеристики науки и социологические измерения в журналистике.
5. Анализ и интерпретация первичных данных количественных // качественных исследований и достоверность журналистских публикаций.

Ключевые понятия и категории:

Методика, методология, метод, социологическое исследование, количественные методы социологического исследования в труде журналиста, массовые опросы населения, формализованные методы, формализованное наблюдение, контент-анализ, социологическое измерение, обработка статистической информации, выборочное исследование, социологическая выборка, репрезентативность, репрезентативная выборка, логика вероятностного отбора, вероятность выбора, единица наблюдения // единица сбора данных, ошибка выборочного исследования // ошибка репрезентативности // статистическая погрешность, качественные методы социологического исследования в труде журналиста, фокус-группа // фокусированная групповая дискуссия, индивидуальное // фокусированное глубинное интервью, социологический эксперимент в журналистике, биографический метод, анализ и интерпретация первичных данных, журналистское исследование, журналистское расследование.

Вопросы для самоконтроля

1. Особенности, принципы, функции, цели, задачи журналистского исследования // расследования.

2. Методы сбора // поиска информации в журналистском исследовании // расследовании.

3. Достоинства и проблемы осуществления журналистского исследования // расследования.

4. Количественное // качественное социологическое исследование в труде журналиста: понятие, виды, методы сбора информации и анализа данных, этапы.

5. Репрезентативное выборочное исследование.

6. Границы применимости количественных // качественных социологических методов в журналистском исследовании // расследовании.

Литература

1. Социология журналистики // Под ред. С.Г. Карпоносенко – М., 1998 // 2004. С. 127-180.

2. Ворошилов В.В. Журналистика: Учебник – СПб., 1999/2003. С. 82-120.

3. Ядов В.А. Стратегия социологического исследования – М., 2001. Гл. 3-6

4. Павленок П.Д. Социология: Учебник – М., 2002. Раздел IV.

5. Основы прикладной социологии // Под ред. Ф.Э. Шереш, М.К. Горшкова – М., 1996. С. 39-125.

6. Десять лет социологических наблюдений – М.: Институт ФОМ, 2003.

7. Российская социологическая энциклопедия // Под ред. Г.В. Осипова – М., 1998.

Лекция 6. Социологические публикации в прессе (2 часа).

Основные каналы поступления данных конкретных социологических исследований (КСИ) в СМИ. Интерпретация данных КСИ профессиональными социологами, журналистами и посредниками: сравнительный анализ достоинств и недостатков. Основные требования к публикации социологической информации.

Приемы изложения в масс-медиа социологических данных. Примеры (негативные и позитивные) публикации социологической информации в отечественной и зарубежной прессе.

Семинар 6. Точки соприкосновения и противоречия журналистских и социологических публичных материалов (2 часа).

План занятия

1. Сходство и различия: методов исследования, материалов, интерпретации и анализа данных – в аспектах журналистики и социологической науки.
2. Проблема партнерства профессиональных социологов и журналистов.
3. Социальная // гражданская ответственность работников журналистики и социологии за адекватность обнародуемых материалов.
4. Сущность и последствия анализируемой социологии в публикациях СМИ.
5. Особенности и технологии представления достоверных социологических данных в публичных материалах масс-медиа.

Ключевые понятия и категории: социологическое исследование, опрос, методы опроса, типы опросов, пресс-конференция, пресс-релиз, публикация в прессе социологической информации, временные рамки исследования, определение объема выборочной совокупности, ошибка репрезентативности, возрастные границы изучаемой совокупности, область занятий людей // целевой группы, пространственные границы изучаемой совокупности, репрезентативный опрос, информация об авторах социологического исследования, проблематика социологических исследований, основные результаты социологических исследований, профессиональное партнерство, достоверность социологических данных в СМИ, гражданская // социальная позиция, гражданская // социальная ответственность.

Вопросы для самоконтроля

1. Публикация социологической информации в прессе и требования к ее достоверности // адекватности.
2. Главные каналы поступления социологической информации в СМИ.
3. Особенности представления данных КСИ в прессу: социологами, журналистами, посредниками. Анализ качества социологической информации из различных источников.
4. Важнейшие // обязательные в правовом смысле требования к публикации социологической информации.
5. Основные технологии изложения социологических данных.
6. Проблема профессионального партнерства социологов и журналистов.

Литература

1. Социология журналистики // Под ред. С.Г. Карпоносенко – М., 1998 // 2004. С. 181-193.
2. Ворошилов В.В. Журналистика: Учебник – СПб., 1999/2003. Гл. 4.
3. Прохоров Е.П. Введение в теорию журналистики: Уч. пособие – М., 1998 // 2004. Гл. 10.
4. Фомичева И.Д. Индустрия рейтинга или введение в медиаметрию – М., 2004.
5. Ядов В.А. Стратегия социологического исследования – М., 2001. С. 450-566.
6. Поговорим о гражданском обществе // Под ред. А. Ослона – М.: Инст-т ФОМ, 2001.
7. Российская социологическая энциклопедия // Под ред. Г.В. Осипова – М., 1998.

Лекция 7. Журналист и редакция как объект социологии журналистики
(2 часа).

Необходимость социологического знания о субъектах журналистской профессии и аспекты его эффективности. Тенденции развития журналистики: аспект социологической науки. Исторический экскурс в процессе социологического изучения журналиста и редакции. Результаты социологических исследований данных объектов в динамике. Основные социально-демографические характеристики работников прессы: пол, возраст, уровень и тип образования, стаж и опыт работы в журналистике. Мотивы выбора журналистской профессии и отношение к ней. Редакционный коллектив и журналистское творчество. Социологическое изучение личности журналиста и проблемы его подготовки. Основные направления социологического исследования редакций и журналистов и применение социологических методик.

Семинар 7. Социологический анализ журналистских публикаций // текста (2 часа).

План занятия

1. Зарождение и опыт социологического исследования прессы.
2. Предмет социальной // социологической лингвистики как взаимодействие языка и общества.
3. Социально-политические изменения в мире // России в XX-XXI в.в. на языке прессы.
4. Методика социолингвистического анализа.
5. Социолингвистическая характеристика современной прессы.

Ключевые понятия и категории:

Социологическая информация, журналистика, журналист, редакция, редакционный коллектив, социологическая // социальная динамика, социально-демографические характеристики, профессиональные характеристики, журналистское творчество, личность журналиста, субъект информационной деятельности, опрос в редакции, контент-анализ СМИ, эксперимент и наблюдение работы прессы, дневник самохронометража, анализ почты и аудиторных звонков в редакцию, паспорт редакции, социологические тестовые методики, социолингвистика, социолингвистический анализ, предмет социологической лингвистики, методика социолингвистической аналитики, стилистическая экспрессия, стилистическое единство (рубрики, заголовка, текста), стилистическое своеобразие (видов информации).

Вопросы для самоконтроля

1. Краткая история социологического изучения деятельности СМИ: -а) отечественных; -б) зарубежных.
2. Позитивы // эффективность социологической информации о журналистах и редакциях // редакционных коллективах.
3. Важнейшие социологические характеристики журналистов для кадровой политики СМИ.
4. Основные методики и направления социологического исследования редакций и журналистов.
5. Исторический опыт социолингвистического анализа электронной // печатной прессы.
6. Методика социолингвистического анализа масс-медиа: -а) прошлого; -б) современности.

Литература

1. Социология журналистики // Под ред. С.Г. Карпоносенко – М., 1998 // 2004. С. 25-45.
2. Фомичева И.Д. Индустрия рейтинга или введение в медиаметрию – М., 2004.
3. Ядов В.А. Стратегия социологического исследования – М., 2001. Гл. 4-6.
4. Павленок П.Д. Социология: Учебник – М., 2002. Гл. 44-50.
5. Основы прикладной социологии // Под ред. Ф.Э. Шереш, М.К. Горшкова – М., 1996. Ч. 1-2.
6. Ворошилов В.В. Журналистика: Учебник – СПб., 1999/2003. Гл. 7.
7. Десять лет социологических наблюдений – М.: Институт ФОМ, 2003.
8. Российская социологическая энциклопедия // Под ред. Г.В. Осипова – М., 1998.

Лекция 8. Социология рынка и маркетинг СМИ (2 часа).

Основные элементы системы рынка СМИ. Маркетинг СМИ как специфический вид человеческой деятельности. СМИ как юридическое лицо и как товар. Статусы СМИ и потребитель информационной продукции: в системе рынка масс-медиа. Рекламодатель как элемент системы рынка СМИ. Основные направления деятельности журналистских редакций на информационном рынке. Аудитория как потребитель продукции СМИ и важнейшие факторы ее привлечения и удержания: -а) для периодических печатных изданий; -б) для электронных СМИ. Проблемы социологических исследований рынка масс-медиа (медиаисследования), их методология и методика. Проблемные претензии работников СМИ к социолого-исследовательским продуктам. Социологическое изучение рекламы и PR-материалов в электронной и печатной прессе.

Семинар 8. Социологическое обеспечение PR-рекламной деятельности в масс-медиа (2 часа).

План занятия

1. Социологический расчет эффективности PR-рекламного продукта.
2. Социологическое изучение мотивации для размещения PR-рекламной информации.
3. Социологические исследования деятельности конкурирующих СМИ.
4. Особенности и задачи социологического мониторинга PR-рекламной работы в масс-медиа.
5. Основные параметры и результаты анализа PR-рекламных материалов в современных СМИ.

Ключевые понятия и категории:

Маркетинг, маркетинговая связь с общественностью (PR), маркетинг СМИ, основные элементы системы рынка СМИ, СМИ как товар, СМИ как юридическое лицо, потребитель информационной продукции, PR-рекламодатель, PR-рекламопроизводитель, привлечение (удержание): аудитории, рекламодателей, прогнозирование // нейтрализация деятельности конкурентов, аудитория как потребитель PR-рекламной продукции СМИ, методы конкретных социологических исследований PR-рекламного рынка масс-медиа, фокус-группа, индивидуальное глубинное интервью, проективные технологии, массовый опрос, социометрия, тест, тестирование, социологическое наблюдение, контент-анализ, эффективность PR-рекламы, мотивация в размещении в СМИ PR-рекламы, PR-рекламная конкуренция в масс-медиа, социологический мониторинг, социологический анализ.

Вопросы для самоконтроля

1. Маркетинг СМИ и его основные элементы.

2. Аудитория как потребитель продукции СМИ: -а) печатных, -б) электронных.

3. Методология, методика, проблематика конкретных социологических исследований (КСИ) рынка масс-медиа.

4. Особенности и направления // формы количественных и качественных исследований PR-рекламы в СМИ.

5. Социологический мониторинг PR-рекламной информации в прессе: -а) печатной; -б) электронной.

6. Важнейшие характеристики, методы, параметры социологического анализа различных аспектов PR-рекламных материалов в СМИ.

Литература

1. Социология журналистики // Под ред. С.Г. Карпоносенко – М., 1998 // 2004. С. 242-254.

2. Ворошилов В.В. Журналистика: Учебник – СПб., 1999/2003. Гл. 5-7.

3. Борисов Б.Л. Технологии рекламы и PR – М., 2001. Гл. 2-4.

4. Федотова Л.Н. Социология рекламной деятельности – М., 1999 // 2002. Гл. 1, 2, 6-10.

5. Федько В.П., Федько Н.Г. Основы маркетинга: 100 экзаменационных ответов – Ростов н/Дону – 2000. § 8-10, 73-83.

6. Российская социологическая энциклопедия // Под ред. Г.В. Осипова – М., 1998.

7. Энциклопедический словарь: психология труда, рекламы, управления // Под ред. Б.А. Душкова – Екатеринбург, 2000. С. 439-451.

ЗАДАНИЯ, ТЕМЫ ДИСКУССИИ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ

1. Определите место и роль социологии журналистики как отраслевой социологической дисциплины.
2. Рассмотрите тему: «Влияние знаний и умений в сфере социологии журналистики на повышение уровня эффективности журналистской деятельности».
3. Проведите сравнительный анализ исследования и расследования в журналистике.
4. Раскройте правовой и нравственный аспекты темы: «Социологические публикации в прессе».
5. Покажите место и значение медиаисследований, медиапланирования (как аспектов социологического понимания рынка) в маркетинге СМИ.
6. Определите содержание взаимосвязи СМИ и массовой коммуникации.
7. Исходя из своего жизненного опыта, определите общие и особенные социологические характеристики электронных и печатных масс-медиа.
8. Покажите на примерах печати, радио, ТВ, Интернет социально-психологические различия между массовой коммуникацией и межличностным общением.
9. Раскройте содержание функций, выполняемых СМИ: в аспекте социологии.
10. Дайте оценку PR-и рекламной деятельности в электронной, печатной прессе современной России.
11. Дайте оценку воздействия СМИ на жизнь людей в современном обществе: аспект социологии журналистики.
12. Сделайте сценарии PR-рекламных роликов для радио и телевидения.

13. Ответьте на вопросы: «Что такое рекламная пирамида?»; «Что такое рекламная спираль?», Сопоставьте рекламные объявления о товаре (услуге, идее), соответствующие каждому из витков спирали.

14. Подготовьте пресс-релиз, используя социально-оперативный или информационный повод.

15. Проведите в аудитории пресс-конференцию на актуальную социолого-журналистскую тему.

16. Укажите основные факторы формирования профессиональной карьеры в журналистике.

17. Определите содержательную суть социожурналистики, самомаркетинга журналиста.

18. Проведите в группе (ах) деловую игру «ПАТ» (профессиональный анализ текста).

19. Раскройте специфику маркетинга в: газете, на радио, на телевидении.

20. Проведите в группе (ах) деловую игру «журналистская вакансия».

СПИСОК ОСНОВНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Закон РФ «О средствах массовой информации» - М., 2005.
2. Социология журналистики // Под ред. С.Г. Карпоносенко – М., 1998 // 2004.
3. Белановский С.А. Глубокое интервью – М., 2001.
4. Белановский С.А. Метод фокус-групп – М., 2001.
5. Борисов Б.Л. Технологии рекламы и PR: Уч. пособие для вузов – М., 2001.
6. Ворошилов В.В. Журналистика: Учебник – СПб., 1999/2003.
7. Добренъков В.И., Кравченко А.И. Социология: В 3-х т. – М., 2000.
8. Методы сбора информации в социологических исследованиях: В 2-х кн. // Под ред. В.Г. Андреевкова, О.М. Масловой – М., 1990.
9. Основы прикладной социологии: Уч. пособие для студентов вузов // Под ред. Ф.Э. Шереш, М.К. Горшкова – М., 1996.
10. Павленок П.Д. Социология: Учебник – М., 2002. Гл. 1-4; 32; 34.
11. Прохоров Е.П. Введение в теорию журналистики: Уч. пособие – М., 1998.
12. Социальная психология: Уч. пособие для студентов вузов // Под ред. А.Н. Сухова, А.А. Деркача – М., 2003.
13. Социология: основы общей теории // Под ред. Г.В. Осипова, Л.Н. Москвичева – М., 1996 // 2001.
14. Федотова Л.Н. Социология рекламной деятельности – М., 1999 // 2002.
15. Фомичева И.Д. Индустрия рейтинга или введение в медиаметрию – М., 2004.
16. Ядов В.А. Стратегия социологического исследования – М., 2001.
17. Российская социологическая энциклопедия // Под ред. Г.В. Осипова – М., 1998.

18. Энциклопедический словарь: психология труда, рекламы, управления //
Под ред. Б.А. Душкова – Екатеринбург, 2000. С. 439-451.

КОНТРОЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ К ЭКЗАМЕНУ

1. Социология: знание о мире и мировоззрение.
2. Социология как наука: предмет, функции, структура социологии.
3. Становление и основные этапы исторического развития социологии.
4. Общество как социокультурная система.
5. Культура в общественной системе.
6. Социальные изменения и теория развития общества.
7. Социальные общности как источник для самодвижения.
8. Личность как субъект и объект общественных отношений.
9. Социальная структура и социальная стратификация общества.
10. Социальные конфликты: генезис и механизмы их разрешения.
11. Социальные группы и социальные институты.
12. Социальные организации и самоорганизации.
13. Производственные организации: функционирование, управление и нововведения.
14. Социология рынка и рыночных отношений.
15. Социология массовой коммуникации.
16. Социология средств массовой информации.
17. Социологические проблемы общественного мнения.
18. Социология рекламы.
19. Социологическое обеспечение связей с общественностью // PR.
20. Методология и методика эмпирического // конкретного социологического исследования (КСИ).
21. КСИ: понятие, виды, этапы.
22. Организация и особенность реализации КСИ.
23. Методы сбора первичной социологической информации.
24. Обработка и анализ социологических данных.

25. Измерение социологических данных.
26. Использование результатов КСИ в практике управления СМИ.
27. Социология журналистики как отраслевая // специальная дисциплина социологической науки.
28. Социология журналистики в системе теории журналистики.
29. Социожурналистика: понятие, функции, структура.
30. Возникновение и пути развития социологии журналистики.
31. Социология журналистики и эффективность журналистской деятельности.
32. Культура социологического мышления журналиста.
33. Исследование и расследование в журналистике.
34. Количественные социологические методы в труде журналиста.
35. Качественные социологические методы в труде журналиста.
36. Социологические публикации в масс-медиа.
37. Журналист и редакция как объект социологии журналистики.
38. Социолингвистический анализ журналистского текста.
39. Социология рынка и маркетинг СМИ.
40. Социология журналистики в начале XXI в. и в перспективе.

ТЕМЫ КУРСОВЫХ И ДИПЛОМНЫХ РАБОТ

Темы курсовых работ

1. Социологическая поддержка медиапланирования.
2. Методология и методика медиаисследований.
3. Социологические методы журналистского исследования и расследования: сравнительный анализ.
4. Возникновение и исторические вехи развития социологии журналистики.
5. Особенности и важнейшие характеристики социожурналистики.
6. Социологическое сознание и Я – концепция журналиста.
7. Социологическое обеспечение PR // рекламной деятельности масс-медиа.
8. Требования и условия социологических публикаций в прессе: правовой и этический аспекты.
9. Проблемы ангажированности социологической информации в электронных СМИ.
10. Применение социологических методик для изучения журналистских коллективов // редакций.

Темы дипломных работ

1. Проблемы социологических исследований рынка СМИ.
2. Социология журналистики как специальная // отраслевая дисциплина социологической науки.
3. Социология рынка и маркетинг СМИ.
4. Социологическая подготовка как важный атрибут качественной журналистской продукции.
5. Культура социологического мышления журналиста.
6. Журналист и редакция как объект социологии журналистики.

7. Социология рынка и маркетинг СМИ.
8. Социология журналистики в системе теории журналистики.
9. Социолингвистический анализ журналистского текста.
10. Социология журналистики в современной России и перспективы развития данного дисциплинарного комплекса.

СОДЕРЖАНИЕ

Введение.....	3
Тематический план лекций и семинаров.....	7
Содержание курса.....	9
Задания, темы дискуссии для самостоятельной работы.....	27
Список основной литературы.....	29
Контрольные вопросы к экзамену.....	31
Темы курсовых и дипломных работ.....	33

Магницкий Юрий Георгиевич,
Доцент, кандидат философских наук

Социология журналистики.
Учебно-методическое пособие

Изд-во АмГУ. Подписано к печати. Формат. Усл. Печ. л. Тираж. Заказ.