

**Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего профессионального образования
«Амурский государственный университет»**

Кафедра журналистики

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИЙ КОМПЛЕКС ДИСЦИПЛИНЫ

«Социология журналистики»

Основной образовательной программы по специальности 030601.65 «Журналистика»

Благовещенск 2012

УМКД разработан к. филос. н.. доцентом кафедры журналистики Магницким Ю.Г.

Рассмотрен и рекомендован на заседании кафедры журналистики

Протокол заседания кафедры от «_____» _____ 2012г. № _____

Зав. кафедрой _____

УТВЕРЖДЕН

Протокол заседания УМСС по специальности 030601.65 «Журналистика»

От «_____» _____ 2012г. № _____

Председатель УМСС по специальности «Журналистика» _____

1. РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целями освоения дисциплины «Социология журналистики» являются:

- обобщить теоретические основы и практические задачи “социологии журналистики”
- обосновать ее предмет как специальной дисциплины.

Задачи дисциплины:

- ознакомление с предметом, структурой, главными функциями и основным комплексом теоретических и прикладных проблем данной отрасли журналистской профориентации и социологической науки;
- выявление аспектов конкретного применения знания основ данной дисциплины в сферах социологии, философии, языкознания, а также - политики, экономики, социально-культурной жизни общества и др.;
- овладение соответствующими методическими приемами, техникой, процедурами конкретного социологического исследования феноменов журнализма и журналистики;
- научение использовать знания, навыки и умения в области коммуникационных связей и отношений, коммуникационной стороны общения для участия в проведении избирательных кампаний, осуществлении рекламной, имиджмейкерской работы, деятельности в сфере “Паблик Рилейшнз”, в формировании публичности организаций и отдельных лиц, в журналистско-социологической практике и т.д.;
- применение данных опросов общественного мнения для реализации адекватных и эффективных публикаций в СМИ, для принятия верных и взвешенных решений в сфере экономической и политической жизни, менеджмента, маркетинговой деятельности, общественно-значимой практики в целом;
- овладение знаниями, навыками и умениями (по использованию соответствующих лингвистико-семантических оснований) для выработки адекватных приемов в сфере конкретных социологических исследований (КСИ) при разработке логики соответствующего понятийно-категориального аппарата программно-целевого назначения журналистского профиля.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП ВПО

Дисциплина «Социология журналистики» входит в цикл общепрофессиональных дисциплин (ОПД. Ф.15), федеральный компонент ГОС 030601 «Журналистика». Она связана с такими дисциплинами , как социология, философия,, политология, основы журналистики, методы социального прогнозирования и проектирования,, теория коммуникации.

Минимум содержания дисциплины «Социология 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, 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). Понятие 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, анкетирование, дневники, фокус-группы, технические методы методы замеров аудитории. Типы выборок. Анализ данных, их комментирование. Итоговые документы аудиторных исследований.

Тенденции информационного поведения аудитории современных российских СМИ и ее отношение к ним. Задачи и методы изучения текстов массовой информации. Качественные и качественно-количественные методы. Особенности конструирования выборок. Контент-анализ и его разновидности. Качественный анализ. 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. 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 социологического портрета современного российского журналиста. Социологические центры, их специализация. Канала распространения социологической информации. Принципы сотрудничества редакций и журналистов с социологической организацией. Права и обязанности заказчика и исполнителя. Редакционные социологические исследования. Оперативные опросы: репрезентативность, границы выводов. Специализированная социологическая служба органа информации.

3. ТРЕБОВАНИЯ К УРОВНЮ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

В результате освоения дисциплины студент должен демонстрировать следующие результаты образования:

- знать конкретные социологические исследования в политической, экономической, социокультурной проблематике, а также - более узко- в сферах управления, маркетинга, рекламы, работы СМИ, имиджмейкерства и т.д.;

- уметь применять теоретические знания в данной сфере к решению практических вопросов изучения общественно-значимой проблематики, феноменов общественного мнения и т.д. в целях их журналистского анализа, уметь осуществлять глубокий и объективный анализ факторов общественного развития для принятия адекватных решений осуществления соответствующих публикаций в сфере журнализма.
- владеть навыками проведения конкретных социологических исследований важных аспектов общественного мнения и адекватного использования полученных эмпирических данных в широком спектре практических задач стабилизации и позитивного развития окружающей действительности с позиций качественной журналистики;³.

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоемкость дисциплины 68 часов.

№ п/п	Раздел дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)				Формы текущего контроля успеваемости
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные занятия	Самостоятельная работа	
1	Социология как область обществознания. Социологический подход в журналистской деятельности. . Отрасли социологии	9	1, 2	2	2		4	Проверка рефератов
2	Процедура эмпирического социологического исследования. Использование культуры эмпирического социологического исследования в работе журналиста.	9	3, 4	2	2		4	Контрольная работа
3	Стандартизированный социологический опрос и его применение в журналистике.	9	5, 6	2	2		4	Контрольная работа
4	Метод анализа документов в социологии и журналистике	9	7, 8	2	2		4	Контрольная работа

5	Метод наблюдения в социологии и журналистике	9	9, 10	2	2		4	Тестирование
6	Экспериментальный метод в социологии и журналистике	9	11, 12	2	2		4	Коллоквиум
7	Специальная социологическая теория средств массовой информации	9	13, 14	2	2		6	Коллоквиум
8	Зарубежная социология массовых коммуникаций	9	15, 16	2	2		6	Контрольная работа
	Итого:			16	16		36	

5. СОДЕРЖАНИЕ РАЗДЕЛОВ И ТЕМ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1 Лекции

Лекция 1. Социология журналистики как предметная область социологии. Социологический подход в журналистской деятельности

Связи журналистики с социологией. Применение социологической теории, подходов, методов в журналистской работе. Предмет социологии, ее место в системе наук об обществе. Структура социологии: виды, типы исследований. Общая социологическая и специальные социологические теории. Теоретические, эмпирические, прикладные виды и типы исследований. Отрасли (предметные области) социологии.

Из истории социологии в России. Особенности развития социологии на современном этапе. Демократизация общества и роль социологических исследований. Социология при переходе общества к рыночной экономике.

Познавательная, прогностическая и управленческая функции социологии.

Общее и различное в журналистике и социологии; цели, функции и содержание деятельности. Журналистика и социология как способы отражения жизни общества.

Социологический подход в оценке деятельности средств массовой информации. Социологическая помощь изданиям в условиях рынка: определение целей и характера изданий, его аудитории; изучение реальной аудитории, соответствия содержания заявленным целям, выявление места в ряду других средств массовой информации, "ниши" на рынке массовой информации. Маркетинговая стратегия канала массовой информации и роль исследований.

Социологический подход в планировании работы редакции, в работе с письмами.

Социологические принципы в изучении явлений жизни журналистом, в сборе и подготовке материалов и передач.

Лекция 2. Процедура эмпирического социологического исследования:

Типы, процедуры и этапы эмпирического исследования в социологии. Программирование исследования: постановка проблемы, целей и задач исследования. Специальная социологическая теория - основа эмпирического исследования.

Измерение - процесс эмпирического исследования. Операциональные (рабочие) понятия и эмпирические показатели. Формирование гипотез. Обеспечение надежности социологической информации: репрезентативность выборки, обоснованность показателей, правильность и устойчивость измерения; достоверность источников информации; полнота представления и непредвзятость оценки данных.

Выбор метода сбора информации в зависимости от целей и объектов эмпирического исследования. Инструментарий эмпирического исследования; пилотаж полевых документов.

Лекция 3. Стандартизированный социологический опрос и его применение в журналистике

Интервью в журналистике: изучение общественного мнения, привлечение аудитории к освещению положения “на местах”, опросы специалистов (экспертов).

Обеспечение надежности информации в опросе: репрезентативность, качество вопросника, поведение анкетеров и интервьюеров. “Перевод” вопросника на язык опрашиваемого.

Прессовое анкетирование: возможности метода.

Лекция 4. Метод анализа документов в социологии и журналистике

Понятие документа в социологии, типы документов. Цели изучения отдельных документов и массивов однотипных документов.

Традиционные и формализованные (стандартизированные) методы анализа документов. Контент-анализ - социологический метод изучения массовой информации. Основные объекты контент-анализа в сфере массовой информации. Основные объекты контент-анализа в сфере массовой информации: содержание публикаций и передач, письма и устные обращения от населения, редакционные документы, переписка с организациями.

Методика контент-анализа: построение системы категорий и признаков (эмпирических показателей). Единицы измерения и наблюдения. Обеспечение надежности информации. Отличие от традиционных видов обзора информации (выбор объектов, выбор оснований для анализа).

Задачи применения контент-анализа в журналистской практике: оценка полноты информирования населения страны или региона; определение специфики изданий; установление соответствия между программой и реальным содержанием издания; контроль за соблюдением законности в сфере массовой информации; текущий и целевой анализ работы редакций и их подразделений. Контент-анализ журналистских кампаний.

Применение контент-анализа в работе с почтой редакций. Письмо в редакцию как тип документа и цели его анализа. Анализ редакционной почты для выявления общественного мнения. Проблема достоверности и репрезентативности состава авторов и содержания писем. Способы представления почты “на полосе” и “в эфире”.

Лекция 5. Метод наблюдения в социологии и журналистике

Отличие научно организованного от обыденного. Структурированное наблюдение, его цели и задачи. Программирование наблюдения.

Полевые документы процедуры: план, протокол (дневники), инструкция. Поведение наблюдателя в зависимости от целей и вида наблюдения и использование его результатов в прессе.

Обеспечение надежности информации в ходе наблюдения.

Применение стандартизированного (формализованного, структурированного) наблюдения в журналистике при сборе информации, при проведении кампаний, при изучении динамики социальных процессов; в исследованиях поведения аудитории печати, телевидения, радио.

Лекция 6. Экспериментальный метод в социологии журналистики

Место эксперимента в ряду социологических методов. Моделирование и эксперимент. Специфика социального эксперимента; этика экспериментатора.

Контролируемый социологический эксперимент: способы получения и фиксирования информации; логика (сравнение нескольких объектов, сравнение нескольких состояний одного объекта). Понятие экспериментальной переменной.

Возможности применения экспериментального метода в журналистике. Эксперимент как метод сбора данных. Эксперименты в сфере производства и распространения массовой информации (пробные номера, изменение периодичности и объема, условий подписки и др.

Лекция 7. Специальная социологическая теория средств массовой информации

Социология журналистики: предмет, задачи, структура. Виды исследований. Роль социологических исследований в новых условиях существования СМИ (политико-идеологическая и экономическая монополизация, формирование новых субъектов общественной жизни).

Социология СМИ среди отраслей социологии, связей с другими областями исследований (социология политики, социология культуры, социология свободного времени и др.).

Социология СМИ в ряду наук о журналистике (теория, история, социология, психология журналистики).

СМИ как часть системы массовых коммуникаций. Социальные функции СМИ: познавательная, коммуникативная, ценностно-ориентирующая, социально-организационная, психорегулятивная.

Процесс информационного обмена: сферы производства, распространения, потребления. Субъекты информационного обмена в обществе: учредители, журналисты, аудитория.

Массовая информация как особый вид социальной информации.

Журналистика в системе управления обществом. Природа “четвертой власти”. Общественное мнение и СМИ: выявление, выражение, формирование общественного мнения по каналам массовой информации. Роль СМИ в обеспечении действенности общественного мнения.

Развитие социологии журналистики в России. Современные социологические центры по изучению СМИ. Социологические службы в редакциях: проблемы и перспективы развития.

Лекция 8. Зарубежная социология массовых коммуникаций

Концепции и теоретические модели в социологии массовых коммуникаций. Взаимопроникновение западноевропейских и американских школ.

Развитие социологии общественного мнения, ее связь с социологией массовых коммуникаций.

Влияние развития рекламы на становление и расширение социологических исследований аудитории печати, телевидения и радио. Экономическая база социологии массовых коммуникаций.

Основные исследовательские центры за рубежом.

5.2 Практические (семинарские) занятия

Семинар 1.

Тема: Отрасли социологии

План:

1. Общая социологическая теория и специальные социологические теории. Основания для выделения отраслей социологии.
2. Социология социальной структуры: изменение структуры субъекта общественной жизни в нашей стране.
3. Социология личности: возрастание роли личности в социальных процессах. Коллективизация и индивидуализация в социальной жизни.

4. Социология общественного мнения: субъект общественного мнения, роль его в управлении обществом. Функции и формы общественного мнения. Способы выявления общественного мнения и место социологических опросов среди них.

5. Социология различных сфер жизни: труда, быта, свободного времени. Социология различных социальных слоев: молодежи, пожилых людей, женщин, сельского и городского населения; этических общностей.

Семинар 2.

Тема: . Использование культуры эмпирического социологического исследования в работе журналиста.

1. Применения принципов программирования социологического исследования в планировании работы редакции, в проведении кампаний и подготовке материалов..

2. Отличие статистического факта от единичного. Стандартизированные социологические методы как способ измерения единичных и получения статистических фактов.

3. Оценка неожиданности данных социологических исследований: авторство, тип выборки, метод сбора информации, качество полевого документа: правильность представления данных.

4. Значение принципа репрезентативности для редакционной работы: анализ писем, формирование авторского актива, анализ документов, материалов и передач.

5. Применение современных методов обработки и хранения данных в журналистике. Редакционные банки информации.

6. Разновидности опросов. Анкетирование и интервьюирование: плюсы и минусы. Применение в опросах современной техники: телефон, “суматоры мнений”, компьютерные сети.

7. Массовое стандартизированное интервью: особенности техники (анкеты - “омнибусы” и тематические интервью). Цели применения стандартизированных

Семинар 3.

Тема: Обеспечение надежности информации в опросе:

1. Репрезентативность, качество вопросника, поведение анкетеров и интервьюеров.

2. “Перевод” вопросника на язык опрашиваемого.

3. Прессовое анкетирование: возможности метода.

Семинар 4.

Тема: Задачи применения контент-анализа в журналистской практике

План:

1. Оценка полноты информирования населения страны или региона

2. Определение специфики изданий; установление соответствия между программой и реальным содержанием издания; контроль за соблюдением законности в сфере массовой информации

3. Текущий и целевой анализ работы редакций и их подразделений. Контент-анализ журналистских кампаний.

4. Применение контент-анализа в работе с почтой редакций. Письмо в редакцию как тип документа и цели его анализа.

5. Анализ редакционной почты для выявления общественного мнения. Проблема достоверности и репрезентативности состава авторов и содержания писем. Способы представления почты “на полосе” и “в эфире”.

Семинар 5.

Тема: Обеспечение надежности информации в ходе наблюдения.

План:

1. Применение стандартизированного (формализованного, структурированного) наблюдения в журналистике:

а) при сборе информации

б) при проведении кампаний

в) при изучении динамики социальных процессов

г) в исследованиях поведения аудитории печати, телевидения, радио.

Семинар 6.

Тема: Возможности применения экспериментального метода в журналистике.

План:

1. Эксперимент как метод сбора данных.
2. Эксперименты в сфере производства и распространения массовой информации
 - а) пробные номера
 - б) изменение периодичности и объема, условий подписки и др.

Семинар 7.

Тема: Эмпирические социологические исследования СМИ.

План:

1. Роль социологических исследований в повышении идейно-содержательной и экономической эффективности СМИ.
2. Медиаметрия как область прикладных исследований. Аудитория средств массовой информации
3. Изучение взаимоотношений журналистики и общественного мнения. Способы выявления и выражения общественного мнения.
4. Социологическое изучение материалов печати, телевидения и радио. Цели и задачи контент-аналитических исследований средств массовой информации. Использование результатов исследований в журналистике.
5. Социальные эффекты деятельности печати, телевидения и радио. Возможности и способы их исследований: опросы аудитории, анализ писем, наблюдение и эксперимент. Показатели эффективности и действенности журналистской деятельности.

Семинар 8.

Тема: Зарубежная социология массовых коммуникаций

План:

1. Концепции и теоретические модели в социологии массовых коммуникаций. Взаимопроникновение западноевропейских и американских школ.
2. Развитие социологии общественного мнения, ее связь с социологией массовых коммуникаций.
3. Влияние развития рекламы на становление и расширение социологических исследований аудитории печати, телевидения и радио.
4. Экономическая база социологии массовых коммуникаций.
5. Основные исследовательские центры за рубежом.

6. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА

№ п/п	№ раздела (темы) дисциплины	Форма (вид) самостоятельной работы	Трудовые часы
1	Тема 1	Написание реферата	4
2	Тема 2	Подготовка к контрольной работе	4
3	Тема 3	Подготовка к контрольной работе	4
4	Тема 4	Подготовка к контрольной работе	4
5	Тема 5	Подготовка к тестированию	4
6	Тема 6	Подготовка к коллоквиуму	6
7	Тема 7	Подготовка к коллоквиуму	6
8	Тема 8	Подготовка к контрольной работе	4

--	--	--	--

7. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Для освоения студентами дисциплины «Социология журналистики» используются следующие образовательные технологии:

1. Проблемная лекция.
2. Лекция-беседа.
3. Деловые игры.
4. Тестовые методики.
5. Компьютерные технологии
6. Микрогруппы.

Интерактивные методы обучения

№ п/п	Тема	Интерактивные методы обучения	Кол- часов
1	Тема 4	Разбор конкретных ситуаций, компьютерные симуляции, психологические тренинги, семинары в диалоговом режиме, компьютерное моделирование и практический анализ результатов, фокус-группа, дискуссия	2
2	Тема 6		2
3	Тема 8		2

8. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ИТОГАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

ТЕКУЩИЙ КОНТРОЛЬ ТЕСТ ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ ЗНАНИЙ

Из предложенных четырех ответов на вопрос задания выберите один правильный, по вашему мнению, вариант ответа и отметьте его знаком +.

1. Особый социальный институт, система различных учреждений, видов деятельности, произведений, совокупность профессий, комплекс каналов передачи массовой информации – это
 - А. СМИ
 - Б. масс-медиа
 - В. журналистика
 - Г. СМК
2. Специальная (частная социологическая дисциплина, изучающая явления журналистики и закономерности ее развития, взятые в контексте социальной жизни, во взаимосвязи с системой теоретико-журналистского знания – это
 - А. социология СМИ
 - Б. социология журналистики
 - В. социология массовой коммуникации
 - Г. социология журналистского творчества
3. Социология журналистики является
 - А. отраслевой социологической теорией
 - Б. формой эмпирической социологии
 - В. формой прикладной социологии

- Г. специальной (частной) социологической теорией
4. В состав теории журналистики входят следующие подсистемы
 - А. логико-лингвистическая, репрезентативная, эвристическая, прагматическая
 - Б. пилотажная (разведывательная), описательная, аналитическая
 - В. когнитивная, аффективная, конативная
 - Г. методологическая, методическая
 5. Основные уровни теоретичности в социологии журналистики таковы
 - А. познавательный, эмоциональный, поведенческий
 - Б. высший, среднего звена, базовый
 - В. общетеоретический, специальный, эмпирический
 - Г. структурный. Функциональный, ценностный
 6. Ближе всего к социологии стоит
 - А. социожурналистика
 - Б. общая теория журналистики
 - В. теория информации
 - Г. коммуникативистика
 7. Общая теория журналистики разрабатывает
 - А. методологические основы деятельности СМИ и науки о прессе
 - Б. методологические основы социожурналистики и науки о коммуникациях
 - В. методологические основы коммуникативистики и науки в современной системе масс-медиа
 - Г. методологические основы социологии журналистики
 8. Наука о законах и формах социальной жизни людей в ее конкретных проявлениях: различных социальных системах, общностях, институтах, процессах – это
 - А. социальная философия
 - Б. социология средств массовой коммуникации
 - В. обществознание
 - Г. социология
 9. Состояние массового сознания, заключающее в себе скрытое или явное отношение различных социальных общностей к актуальным, дискуссионным, подверженным компетентности общественности проблемам, событиям и фактам действительности – это
 - А. массовая аудитория
 - Б. общественное настроение
 - В. общественное сознание
 - Г. общественное мнение
 10. Четкое обособление социологии масс-медиа как определенной отрасли знаний и уточнение ее предмета произошло на Западе в
 - А. конце 19 в.
 - Б. второй половине 20 в.
 - В. первой четверти 20 в.
 - Г. на рубеже 20 -21 в.в.
 11. В основу системной методологии социологии журналистики положены следующие принципы
 - А. целостности, системности, динамизма
 - Б. валидности, достоверности, объективности
 - В. качественности, рациональности, оперативности
 - Г. конкретности, наступательности, целеполагания
 12. Одно из проявлений научного мировоззрения, которое состоит прежде всего в способности личности к критическому восприятию действительности, в т.ч. собственного строя мысли, ставшего привычкой и повседневно закрепляемого профессиональной деятельностью и обыденным общением – это

- А. организационная культура
 - Б. культура профессии
 - В. культура социологического мышления, в т.ч. журналиста
 - Г. культура научной деятельности
13. Тип коммуникации, отражающий информационные процессы в больших интегрированных сетях, возникающих в процессе формального и неформального взаимодействия индивидов и групп в организациях, в т.ч. медиа-структурах – это коммуникация
- А. межличностная
 - Б. межгрупповая
 - В. организационная
 - Г. массовая
14. Основные функции массовой коммуникации таковы
- А. когнитивная, аффективная. Конативная
 - Б. познавательная, управленческая, культурологическая
 - В. оценочная, директивная, контролирующая
 - Г. рационализма, эмоциональная, поведенческая
15. Одно из условий, необходимое для функционирования массовой коммуникации следующее
- А. наличие качественных технических средств
 - Б. профессионализм журналистов
 - В. адекватный медиа-менеджмент
 - Г. хорошие условия работы сотрудников
16. Вид социального института, доминирующей характеристикой которого является воздействие на общество через информационную функцию – есть
- А. реклама
 - Б. связи с общественностью
 - В. средства массовой информации
 - Г. телевидение
17. Основные виды конкретного социологического исследования объектов и субъектов в сфере журналистики – это
- А. разведывательное(пилотажное), описательное, аналитическое
 - Б. тестирование. Телефонный опрос, пресс-опрос
 - В. эксперимент, социометрия, экспертиза
 - Г. факторное, латентно-структурное, кластерное
18. Основные этапы КСИ проблематики современного журнализма таковы
- А. первичный, вторичный, завершающий
 - Б. исследовательский, интерпретационный, социоинженерный
 - В. методологический, методический, верификационный, управленческий
 - Г. подготовительный, сбора информации, обработки первичной информации, анализа данных
19. Основные группы методов сбора первичной социологической информации в ходе КСИ медиа-объектов и субъектов есть
- А. анкетирование, интервьюирование
 - Б.качественные, количественные
 - В. опрос, наблюдение, анализ документов
 - Г. эксперимент, шкалирование, тестирование
20. Основные виды анализа данных, полученных по результатам КСИ объективно-субъективных факторов в сфере журналистики представляет из себя
- А. интерпретацию, экспертизу, результирование
 - Б. анализ: дисперсионный, корреляционный, факторный, латентно-структурный, кластерный

В. анализ: оценочный, структурно-функциональный, позитивистский

Г. анализ: разведывательный, описательный, резюме

21. Особенностью профессионального сознания журналиста является (по И.П. Павлову)

А. стремление к компетентности, эрудиционности

Б. яркая эмоциональная насыщенность и интеллектуализм

В. органическое соединение «художественного» и «мыслительного» типов высшей нервной деятельности

Г. нравственность и гуманизм

22. «Я-концепция» журналиста – это

А. стремление к компетентности, эрудиционности

Б. яркая эмоциональная насыщенность и интеллектуализм

В. органическое соединение «художественного» и «мыслительного» типов высшей нервной деятельности

Г. нравственность и гуманизм

23. Решающим моментом для журналиста как личности и профессионала является

А. его деятельность в структуре журналистского коллектива

Б. его отношения с менеджментом телеканала, газеты, журнала

В. развитие его нравственности, ответственности

Г. его отношение к аудитории

24. Журналистское исследование роднит с научным

А. рационализм и логика

Б. общая методология познания социальных явлений

В. применяемая конкретно-эмпирическая методика

Г. эмоциональная интерпретация практически значимого материала

25. Что касается жанров журналистского расследования, то здесь преобладают

А. обзорные статьи и сюжеты

Б. аналитическая журналистика

В. расследование-репортаж, расследование-панорама

Г. публицистика

26. Важнейшие качественные методы получения эмпирической социологической информации в ходе журналистского исследования – это

А. опрос, наблюдение, контент-анализ

Б. фокус-группа, индивидуальное глубинное интервью

В. традиционный анализ документов

Г. социометрия, тестирование, шкалирование

27. Качественные методы, применяемые журналистом при анализе полученных сведений есть

А. фокус-группа, индивидуальное глубинное интервью, экспертный анализ документов

Б. социометрическое тестирование, шкалирование, ранжирование

В. биографический метод

Г. классификация, группировка, типологизация

28. Уровень квалификации сотрудников СМИ, который характеризуется высокой социологической культурой мышления, поиска и интерпретации, а также социальной ответственности за последствия своей деятельности является

А. журналистской компетентностью

Б. социожурналистикой

В. теорией журналистики

Г. социологической компетентностью

29. Структуру социожурналистики представляют

А. методология и методика получения и применения в СМИ социальных сведений

- Б. анализ и синтез полученных данных
 - В. теоретическое обоснование, социологическое сознание, методика и техника труда
 - Г. индукция, дедукция в осуществлении сбора и обработки материала
30. Вид человеческой деятельности, направленной на удовлетворение информационных нужд и потребностей посредством обмена между масс-медиа как юридическим лицом и потребителем – это
- А. менеджмент СМИ
 - Б. медиа-производство информации
 - В. медиа-планирование
 - Г. маркетинг СМИ

ПРИМЕРНЫЕ ТЕМЫ РЕФЕРАТОВ

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.

ИТОГОВЫЙ КОНТРОЛЬ

ПРИМЕРНЫЕ 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. 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.

КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ ЗНАНИЙ

Оценка «отлично» выставляется студенту, глубоко и прочно усвоившему программный материал, исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно его излагающему, в ответе которого тесно увязывается теория с практикой. При этом студент не затрудняется в ответе при видоизменении задания, свободно справляется с вопросами, правильно обосновывает принятые решения, владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических работ. Также учитывается систематическая работа на всех практических занятиях и лекциях, выполнение всех письменных заданий своевременно и в соответствии с предъявляемыми требованиями.

Оценка «хорошо» выставляется студенту, который твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его, который не допускает существенных неточностей в ответе на вопрос, правильно применяет творческие положения при решении практических вопросов, владеет необходимыми навыками и приемами их выполнения, а также систематически работает на лекциях и практических занятиях.

Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, который имеет знания только основного материала, но не усвоил его деталей, допускает неточности в формулировках принципов и понятий, нарушения в последовательности изложения программного материала и испытывает затруднения в выполнении практических работ. При этом у студента не должно быть задолженностей по всем видам занятий и заданий.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, который не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы, а также имеет задолженности по различным видам занятий и заданий.

8. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

а) основная литература

1. Ворошилов, В.В. Современная пресс-служба: учебник: рек. УМО / В.В.Ворошилов.-М.: КноРус, 2005, 2009.
2. Четвертков, Н.Н. Современная пресс-служба : учеб. Пособие: рек. УМО / А.И.Гнетнев, М.С. Филь. – Ростов н/Д: Феникс, 2-10.-413с.
3. Фомичева, И.Д. Социология СМИ: учеб. Пособие: рек. УМО / И.Д.Фомичева.-М.: Аспект Пресс, 2007.- 335с.

б) дополнительная литература

1. Гнетнев, А.И. Современная пресс-служба: учеб.: рек. УМО / Н.В.Четвертков. – 2-е изд. Перераб. И доп. – М.: Аспект Пресс, 2010.- 191с.
2. Социология журналистики: учеб.-метод. Комплекс для спец. 030601 – Журналистика / АмГУ, ФФ; сост. Ю.Г.Магницкий. – Благовещенск: Изд-во Амур. Гос. Ун-та, 2007. – 52с.
3. Черных, А.И. Социология массовых коммуникаций; учеб. Пособие / А.И. Черных. – М.: ГУ ВШЭ, 2008. – 452с.

Периодические издания

Вопросы психологии

Социально-гуманитарные знания

Социологический журнал

Социология: теория, методы, маркетинг

в) программное обеспечение и Интернет- ресурсы

№	Наименование ресурса	Краткая характеристика
1	http://www.iqlib.ru	Интернет-библиотека образовательных изданий, в которой собраны электронные учебники, справочные и учебные пособия. Удобный поиск по ключевым словам, отдельным темам и отраслям знания
2	Электронная библиотечная система «Университетская библиотека-online» www.biblioclub.ru	ЭБС по тематике охватывает всю область гуманитарных знаний и предназначена для использования в процессе обучения в высшей школе, как студентами и преподавателями, так и специалистами-гуманитариями

9.МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

1. Мультимедиа (проектор, ноутбук)
2. Телевизор
3. DVD-плеер
4. Компьютеры.
5. Телекоммуникационные технологии (доступ в Интернет)

2. КРАТКОЕ ИЗЛОЖЕНИЕ ПРОГРАММНОГО МАТЕРИАЛА

План-конспект лекций

Лекция 1. Социология журналистики как предметная область социологии. Социологический подход в журналистской деятельности

План лекции:

1. Связь журналистики с социологией
2. Применение социологической теории, подходов и методов в журналистике
3. Общее и различное в журналистике и социологии
4. Социологический подход в оценке деятельности СМИ
5. Социологические принципы в изучении явлений жизни в журналистке, в сборе и подготовке материалов и передач

Цель: познакомиться с социологическим подходом в журналистской деятельности

Задачи:

1. Изучить связь журналистики с социологией
2. Познакомиться с функциями социологии в журналистике
3. Рассмотреть социологические принципы в сборе и подготовке материалов и передач

Ключевые вопросы:

1. Связь журналистики с социологией

2. Виды и типы социологических исследований
3. Журналистика и социология как способы отражения жизни общества
4. Социологический подход в планировании работы редакции, в работе с письмами
5. Социологические подходы в изучении жизни общества

Литературные источники:

Фомичева, И.Д. Социология СМИ: учеб. Пособие: рек. УМО / И.Д.Фомичева.-М.: Аспект Пресс, 2007.- 335с.

б) дополнительная литература

1. Гнетнев, А.И. Современная пресс-служба: учеб.: рек. УМО / Н.В.Четвертков. – 2-е изд. Перераб. И доп. – М.: Аспект Пресс, 2010.- 191с.
2. Социология журналистики: учеб.-метод. Комплекс для спец. 030601 – Журналистика / АмГУ, ФФ; сост. Ю.Г.Магницкий. – Благовещенск: Изд-во Амур. Гос. Ун-та, 2007. – 52с.
3. Черных, А.И. Социология массовых коммуникаций; учеб. Пособие / А.И. Черных. – М.: ГУ ВШЭ, 2008. – 452с.

Периодические издания

Вопросы психологии

Социально-гуманитарные знания

Социологический журнал

Социология: теория, методы, маркетинг

Лекция 2. Процедура эмпирического социологического исследования

План лекции:

1. Типы, процедуры и этапы эмпирического исследования в социологии
2. Операционные понятия и эмпирические показатели
3. Обеспечение надежности социологической информации
4. Инструментарий эмпирического исследования

Цель: изучить процедуры эмпирического социологического исследования, их типы и этапы

Задачи:

1. Рассмотреть программирование эмпирического исследования
2. Усвоить операционные понятия и показатели
3. Познакомиться с процессом формирования гипотез
4. Познакомиться с методами сбора информации

Ключевые вопросы:

1. Программирование эмпирического исследования
2. обеспечение надежности социологической информации
3. Выбор метода сбора информации в зависимости от целей и объектов исследования

Литературные источники:

1. Фомичева, И.Д. Социология СМИ: учеб. Пособие: рек. УМО / И.Д.Фомичева.-М.: Аспект Пресс, 2007.- 335с.
2. Гнетнев, А.И. Современная пресс-служба: учеб.: рек. УМО / Н.В.Четвертков. – 2-е изд. Перераб. И доп. – М.: Аспект Пресс, 2010.- 191с.
3. Социология журналистики: учеб.-метод. Комплекс для спец. 030601 – Журналистика / АмГУ, ФФ; сост. Ю.Г.Магницкий. – Благовещенск: Изд-во Амур. Гос. Ун-та, 2007. – 52с.
4. Черных, А.И. Социология массовых коммуникаций; учеб. Пособие / А.И. Черных. – М.: ГУ ВШЭ, 2008. – 452с.

Периодические издания

Вопросы психологии

Социально-гуманитарные знания

Социологический журнал

Социология: теория, методы, маркетинг

Лекция 3. Стандартизированный социологический опрос и его применение в журналистике

План лекции:

1. Изучение общественного мнения
2. Интервью в журналистике
3. Опросы специалистов (экспертов)
4. Обеспечение надежности информации в опросе
5. Прессовое анкетирование и его возможности

Цель: познакомиться с применением в журналистике социологического опроса

Задачи:

1. Рассмотреть интервью в журналистике как метод изучения общественного мнения
2. Познакомиться с формами обеспечения надежности информации
3. Рассмотреть возможности прессового анкетирования

Ключевые вопросы:

1. Значение интервью в журналистике
2. Рассмотреть понятие репрезентативности и качество вопросников
3. Рассмотреть поведение анкетеров и интервьюеров в процессе опроса

Литературные источники:

1. Фомичева, И.Д. Социология СМИ: учеб. Пособие: рек. УМО / И.Д.Фомичева.-М.: Аспект Пресс, 2007.- 335с.
2. Гнетнев, А.И. Современная пресс-служба: учеб.: рек. УМО / Н.В.Четвертков. – 2-е изд. Перераб. И доп. – М.: Аспект Пресс, 2010.- 191с.
3. Социология журналистики: учеб.-метод. Комплекс для спец. 030601 – Журналистика / АмГУ, ФФ; сост. Ю.Г.Магницкий. – Благовещенск: Изд-во Амур. Гос. Ун-та, 2007. – 52с.
4. Черных, А.И. Социология массовых коммуникаций; учеб. Пособие / А.И. Черных. – М.: ГУ ВШЭ, 2008. – 452с.

Периодические издания

Вопросы психологии

Социально-гуманитарные знания

Социологический журнал

Лекция 4. Метод анализа документов в социологии и журналистике

План лекции:

1. Понятие документа в социологии, типы документов
2. Традиционные и стандартизированные методы анализа документов
3. Контент-анализ как социологический метод изучения массовой информации
4. Задачи применения контент-анализа в журналистике
5. Применение контент-анализа в работе с почтой редакции

Цель: познакомиться с методами анализа документов в социологии и журналистике

Задачи:

1. Дать понятие документа в социологии, их типы
2. Рассмотреть основные методы анализа документов
3. Рассмотреть особенности контент-анализа как основного социологического метода изучения документов
4. Познакомиться с методикой с методикой контент-анализа

Ключевые вопросы:

1. Традиционные и стандартизированные методы анализа документов
2. Контент-анализ как основной метод социологического изучения массовой информации
3. Задачи применения контент-анализа в журналистской практике
4. Контроль за соблюдением законности в сфере массовой информации

Литературные источники:

1. Ворошилов, В.В. Современная пресс-служба: учебник: рек. УМО / В.В.Ворошилов.-М.: КноРус, 2005, 2009.

2. Четвертков, Н.Н. Современная пресс-служба : учеб. Пособие: рек. УМО / А.И.Гнетнев, М.С. Филь. – Ростов н/Д: Феникс, 2-10.-413с.
3. Фомичева, И.Д. Социология СМИ: учеб. Пособие: рек. УМО / И.Д.Фомичева.-М.: Аспект Пресс, 2007.- 335с.
4. Гнетнев, А.И. Современная пресс-служба: учеб.: рек. УМО / Н.В.Четвертков. – 2-е изд. Перераб. И доп. – М.: Аспект Пресс, 2010.- 191с.
5. Социология журналистики: учеб.-метод. Комплекс для спец. 030601 – Журналистика / АмГУ, ФФ; сост. Ю.Г.Магницкий. – Благовещенск: Изд-во Амур. Гос. Ун-та, 2007. – 52с.
6. Черных, А.И. Социология массовых коммуникаций; учеб. Пособие / А.И. Черных. – М.: ГУ ВШЭ, 2008. – 452с.

Периодические издания

Вопросы психологии

Социально-гуманитарные знания

Социологический журнал

Социология: теория, методы, маркетинг

Лекция 5. Метод наблюдения в социологии и журналистике

План лекции:

1. Виды наблюдения, его цели и задачи
2. Полевые документы процедуры
3. Обеспечение надежности информации в ходе наблюдения
4. Применение стандартизированного наблюдения в журналистике при сборе информации

Цель: познакомиться с методами наблюдения в социологии и журналистике

Задачи:

1. Познакомиться с целями, задачами и программированием наблюдения
2. Рассмотреть особенности поведения наблюдателя в зависимости от целей и вида наблюдения
3. Рассмотреть обеспечение надежности информации в ходе наблюдения

Ключевые вопросы:

1. Программирование наблюдения
2. Поведение наблюдателя в зависимости от целей и вида наблюдения
3. Обеспечение надежности информации в ходе наблюдения

Литературные источники:

1. Ворошилов, В.В. Современная пресс-служба: учебник: рек. УМО / В.В.Ворошилов.-М.: КноРус, 2005, 2009.
2. Четвертков, Н.Н. Современная пресс-служба : учеб. Пособие: рек. УМО / А.И.Гнетнев, М.С. Филь. – Ростов н/Д: Феникс, 2-10.-413с.
3. Фомичева, И.Д. Социология СМИ: учеб. Пособие: рек. УМО / И.Д.Фомичева.-М.: Аспект Пресс, 2007.- 335с.
4. Гнетнев, А.И. Современная пресс-служба: учеб.: рек. УМО / Н.В.Четвертков. – 2-е изд. Перераб. И доп. – М.: Аспект Пресс, 2010.- 191с.
5. Социология журналистики: учеб.-метод. Комплекс для спец. 030601 – Журналистика / АмГУ, ФФ; сост. Ю.Г.Магницкий. – Благовещенск: Изд-во Амур. Гос. Ун-та, 2007. – 52с.
6. Черных, А.И. Социология массовых коммуникаций; учеб. Пособие / А.И. Черных. – М.: ГУ ВШЭ, 2008. – 452с.

Периодические издания

Социально-гуманитарные знания

Социологический журнал

Лекция 6. Экспериментальный метод в социологии журналистики

План лекции:

1. Место эксперимента в ряду социологических методов
2. Контролируемый социологический эксперимент

3. Возможности применения экспериментального метода в журналистике
4. Эксперименты в области производства и распространения массовой информации

Цель: рассмотреть применение экспериментального метода исследования в журналистике

Задачи:

1. Рассмотреть место эксперимента в системе социологических методов исследования
2. Познакомиться со спецификой социального эксперимента и этикой экспериментатора
3. Рассмотреть возможности применения эксперимента в журналистике
4. Познакомиться с экспериментами в сфере производства и распространения массовой информации

Ключевые вопросы:

1. Место эксперимента в ряду социологических методов
2. Контролируемый социологический эксперимент
3. Возможности применения экспериментального метода в журналистике
4. Роль эксперимента как метода сбора информации

Литературные источники:

1. Фомичева, И.Д. Социология СМИ: учеб. Пособие: рек. УМО / И.Д.Фомичева.-М.: Аспект Пресс, 2007.- 335с.
2. Гнетнев, А.И. Современная пресс-служба: учеб.: рек. УМО / Н.В.Четвертков. – 2-е изд. Перераб. И доп. – М.: Аспект Пресс, 2010.- 191с.
3. Социология журналистики: учеб.-метод. Комплекс для спец. 030601 – Журналистика / АмГУ, ФФ; сост. Ю.Г.Магницкий. – Благовещенск: Изд-во Амур. Гос. Ун-та, 2007. – 52с.
4. Черных, А.И. Социология массовых коммуникаций; учеб. Пособие / А.И. Черных. – М.: ГУ ВШЭ, 2008. – 452с.

Периодические издания

Социально-гуманитарные знания

Социологический журнал

Лекция 7. Специальная социологическая теория средств массовой информации

План лекции:

1. Предмет, задачи, структура социологии журналистики
2. Роль социологических исследований в новых условиях существования СМИ
3. Массовая информация как особый вид массовой информации
4. Журналистика в системе управления обществом
5. Современные социологические центры по изучению СМИ

Цель: познакомиться с особенностями социологии журналистики и роли социологических исследований в современных условиях

Задачи:

1. Рассмотреть роль социологических исследований в средствах массовой информации
2. Познакомиться с процессом информационного обмена
3. Рассмотреть роль журналистики в системе управления обществом

Ключевые вопросы:

1. Роль социологических исследований в современных условиях
2. Социология журналистики в ряду наук о журналистике
3. Субъекты информационного обмена в обществе
4. Журналистика в системе управления обществом

Литературные источники:

1. Фомичева, И.Д. Социология СМИ: учеб. Пособие: рек. УМО / И.Д.Фомичева.-М.: Аспект Пресс, 2007.- 335с.
2. Гнетнев, А.И. Современная пресс-служба: учеб.: рек. УМО / Н.В.Четвертков. – 2-е изд. Перераб. И доп. – М.: Аспект Пресс, 2010.- 191с.

3. Социология журналистики: учеб.-метод. Комплекс для спец. 030601 – Журналистика / АмГУ, ФФ; сост. Ю.Г.Магницкий. – Благовещенск: Изд-во Амур. Гос. Ун-та, 2007. – 52с.
4. Черных, А.И. Социология массовых коммуникаций; учеб. Пособие / А.И. Черных. – М.: ГУ ВШЭ, 2008. – 452с.

Периодические издания

Социально-гуманитарные знания

Социологический журнал

Лекция 8. Зарубежная социология массовых коммуникаций

План лекции:

1. Концепции и социологические модели в социологии массовых коммуникаций
2. Развитие социологии общественного мнения
3. Влияние развития рекламы на становление и расширение социологических исследований
4. Экономическая основа социологии массовых коммуникаций

Цель: познакомиться с зарубежной социологией массовых коммуникаций

Задачи:

1. Познакомиться с теоретическими моделями в социологии массовых коммуникаций
2. рассмотреть взаимопроникновение западноевропейских и американских школ социологии массовой коммуникации
3. Познакомиться с влиянием рекламы на становление и расширение социологических исследований в СМИ

Ключевые вопросы:

1. Теоретические модели в социологии массовых коммуникаций
2. Развитие социологии общественного мнения
3. Связь социологии общественного мнения с социологией массовых коммуникаций
4. Влияние рекламы на расширение социологических исследований аудитории СМИ

Литературные источники:

1. Фомичева, И.Д. Социология СМИ: учеб. Пособие: рек. УМО / И.Д.Фомичева.-М.: Аспект Пресс, 2007.- 335с.
2. Гнетнев, А.И. Современная пресс-служба: учеб.: рек. УМО / Н.В.Четвертков. – 2-е изд. Перераб. И доп. – М.: Аспект Пресс, 2010.- 191с.
3. Социология журналистики: учеб.-метод. Комплекс для спец. 030601 – Журналистика / АмГУ, ФФ; сост. Ю.Г.Магницкий. – Благовещенск: Изд-во Амур. Гос. Ун-та, 2007. – 52с.
4. Черных, А.И. Социология массовых коммуникаций; учеб. Пособие / А.И. Черных. – М.: ГУ ВШЭ, 2008. – 452с.

Периодические издания

Вопросы психологии

Социально-гуманитарные знания

Социологический журнал

Социология: теория, методы, маркетинг

Практические (семинарские) занятия

Семинар 1.

Тема: Отрасли социологии

План:

1. Общая социологическая теория и специальные социологические теории. Основания для выделения отраслей социологии.
2. Социология социальной структуры: изменение структуры субъекта общественной жизни в нашей стране.
3. Социология личности: возрастание роли личности в социальных процессах. Коллективизация и индивидуализация в социальной жизни.

4. Социология общественного мнения: субъект общественного мнения, роль его в управлении обществом. Функции и формы общественного мнения. Способы выявления общественного мнения и место социологических опросов среди них.

5. Социология различных сфер жизни: труда, быта, свободного времени. Социология различных социальных слоев: молодежи, пожилых людей, женщин, сельского и городского населения; этических общностей.

Семинар 2.

Тема: . Использование культуры эмпирического социологического исследования в работе журналиста.

1. Применения принципов программирования социологического исследования в планировании работы редакции, в проведении кампаний и подготовке материалов..

2. Отличие статистического факта от единичного. Стандартизированные социологические методы как способ измерения единичных и получения статистических фактов.

3. Оценка неожиданности данных социологических исследований: авторство, тип выборки, метод сбора информации, качество полевого документа: правильность представления данных.

4. Значение принципа репрезентативности для редакционной работы: анализ писем, формирование авторского актива, анализ документов, материалов и передач.

5. Применение современных методов обработки и хранения данных в журналистике. Редакционные банки информации.

6. Разновидности опросов. Анкетирование и интервьюирование: плюсы и минусы. Применение в опросах современной техники: телефон, “суматоры мнений”, компьютерные сети.

7. Массовое стандартизированное интервью: особенности техники (анкеты - “омнибусы” и тематические интервью). Цели применения стандартизированных

Семинар 3.

Тема: Обеспечение надежности информации в опросе:

1. Репрезентативность, качество вопросника, поведение анкетеров и интервьюеров.

2. “Перевод” вопросника на язык опрашиваемого.

3. Прессовое анкетирование: возможности метода.

Семинар 4.

Тема: Задачи применения контент-анализа в журналистской практике

План:

1. Оценка полноты информирования населения страны или региона

2. Определение специфики изданий; установление соответствия между программой и реальным содержанием издания; контроль за соблюдением законности в сфере массовой информации

3. Текущий и целевой анализ работы редакций и их подразделений. Контент-анализ журналистских кампаний.

4. Применение контент-анализа в работе с почтой редакций. Письмо в редакцию как тип документа и цели его анализа.

5. Анализ редакционной почты для выявления общественного мнения. Проблема достоверности и репрезентативности состава авторов и содержания писем. Способы представления почты “на полосе” и “в эфире”.

Семинар 5.

Тема: Обеспечение надежности информации в ходе наблюдения.

План:

1. Применение стандартизированного (формализованного, структурированного) наблюдения в журналистике:

а) при сборе информации

б) при проведении кампаний

в) при изучении динамики социальных процессов

г) в исследованиях поведения аудитории печати, телевидения, радио.

Семинар 6.

Тема: Возможности применения экспериментального метода в журналистике.

План:

1. Эксперимент как метод сбора данных.
2. Эксперименты в сфере производства и распространения массовой информации
 - а) пробные номера
 - б) изменение периодичности и объема, условий подписки и др.

Семинар 7.

Тема: Эмпирические социологические исследования СМИ.

План:

1. Роль социологических исследований в повышении идейно-содержательной и экономической эффективности СМИ.
2. Медиаметрия как область прикладных исследований. Аудитория средств массовой информации
3. Изучение взаимоотношений журналистики и общественного мнения. Способы выявления и выражения общественного мнения.
4. Социологическое изучение материалов печати, телевидения и радио. Цели и задачи контент-аналитических исследований средств массовой информации. Использование результатов исследований в журналистике.
5. Социальные эффекты деятельности печати, телевидения и радио. Возможности и способы их исследований: опросы аудитории, анализ писем, наблюдение и эксперимент. Показатели эффективности и действенности журналистской деятельности.

Семинар 8.

Тема: Зарубежная социология массовых коммуникаций

План:

1. Концепции и теоретические модели в социологии массовых коммуникаций. Взаимопроникновение западноевропейских и американских школ.
2. Развитие социологии общественного мнения, ее связь с социологией массовых коммуникаций.
3. Влияние развития рекламы на становление и расширение социологических исследований аудитории печати, телевидения и радио.
4. Экономическая база социологии массовых коммуникаций.
5. Основные исследовательские центры за рубежом.

Литература для подготовки к семинарским занятиям

а) основная литература

1. Ворошилов, В.В. Современная пресс-служба: учебник: рек. УМО / В.В.Ворошилов.-М.: КноРус, 2005, 2009.
2. Четвертков, Н.Н. Современная пресс-служба : учеб. Пособие: рек. УМО / А.И.Гнетнев, М.С. Филь. – Ростов н/Д: Феникс, 2-10.-413с.
3. Фомичева, И.Д. Социология СМИ: учеб. Пособие: рек. УМО / И.Д.Фомичева.-М.: Аспект Пресс, 2007.- 335с.

б) дополнительная литература

1. Гнетнев, А.И. Современная пресс-служба: учеб.: рек. УМО / Н.В.Четвертков. – 2-е изд. Перераб. И доп. – М.: Аспект Пресс, 2010.- 191с.
2. Социология журналистики: учеб.-метод. Комплекс для спец. 030601 – Журналистика / АмГУ, ФФ; сост. Ю.Г.Магницкий. – Благовещенск: Изд-во Амур. Гос. Ун-та, 2007. – 52с.
3. Черных, А.И. Социология массовых коммуникаций; учеб. Пособие / А.И. Черных. – М.: ГУ ВШЭ, 2008. – 452с.

Периодические издания

Вопросы психологии

в) программное обеспечение и Интернет-ресурсы

№	Наименование ресурса	Краткая характеристика
1	http://www.iqlib.ru	Интернет-библиотека образовательных изданий, в которой собраны электронные учебники, справочные и учебные пособия. Удобный поиск по ключевым словам, отдельным темам и отраслям знания
2	Электронная библиотечная система «Университетская библиотека-online» www.biblioclub.ru	ЭБС по тематике охватывает всю область гуманитарных знаний и предназначена для использования в процессе обучения в высшей школе, как студентами и преподавателями, так и специалистами-гуманитариями

3. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ИЗУЧЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Методические указания для преподавателя

Курс «Социология журналистики» является специальной дисциплиной и является продолжением ранее изученной дисциплины «Социология» и изучается в 8 семестре. Дисциплина предполагает как лекционные занятия, так и лабораторные занятия. Для достижения максимального эффекта в преподавании курса рекомендуется использовать инновационные методы в преподавании дисциплины: проблемные лекции, лекции-беседы, деловые игры, лекции с элементами тестирования, работу с микрогруппами. Освоение тем для самостоятельного изучения необходимо проверять в рамках консультаций (устный опрос, проверка конспектов, письменный опрос). Отчетным материалом по самостоятельной работе являются письменные конспекты по темам. Консультации рекомендуется проводить не реже 1 раза в месяц.

Критерии оценки индивидуальной работы:

- определение рассматриваемого понятия;
- четкость структуры работы;
- самостоятельность работы;
- логичность изложения материала;
- творческий подход;
- умение анализировать материал;
- наличие выводов, сделанных самостоятельно.

КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ ЗНАНИЙ

Оценка «отлично» выставляется студенту, глубоко и прочно усвоившему программный материал, исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно его излагающему, в ответе которого тесно увязывается теория с практикой. При этом студент не затрудняется в ответе при видоизменении задания, свободно справляется с вопросами, правильно обосновывает принятые решения, владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических работ. Также учитывается систематическая работа на всех практических занятиях и лекциях, выполнение всех письменных заданий своевременно и в соответствии с предъявляемыми требованиями.

Оценка «хорошо» выставляется студенту, который твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его, который не допускает существенных неточностей в ответе на вопрос, правильно применяет творческие положения при решении практических вопросов, владеет необходимыми навыками и приемами их выполнения, а также систематически работает на лекциях и практических занятиях.

Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, который имеет знания только основного материала, но не усвоил его деталей, допускает неточности в формулировках принципов и понятий, нарушения в последовательности изложения программного материала и испытывает затруднения в выполнении практических работ. При этом у студента не должно быть задолженностей по всем видам занятий и заданий.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, который не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы, а также имеет задолженности по различным видам занятий и заданий.

Методические указания по изучению дисциплины для студентов

Приступая к изучению дисциплины необходимо предварительно ознакомиться с программой, чтобы получить правильное представление о дисциплине в целом: ее системе, тематическом содержании, круге вопросов по каждой теме, последовательности изложения материала.

Успех освоения дисциплины зависит от того, насколько регулярно студент работает над материалами. Студент обязан посещать лекции, лабораторные занятия и консультации в соответствии с расписанием и графиком консультаций, выполнять домашние задания к лабораторным работам и творческие задания.

Методические указания по самостоятельной работе студентов

Общий объем времени, отводимой на самостоятельную работу, составляет 36 часов.

Подготовка к семинарским занятиям, выполнение творческих заданий, подготовка к коллоквиуму – 30 час.

Подготовка к экзамену – 6 часов.

Всего 36 часов.

1. Подготовка к лабораторным занятиям предполагает не только освоение теоретического материала, но и написание рефератов. Выполненное задание необходимо защитить на занятии и сдать конспект преподавателю. Наличие выполненных письменных заданий является условием допуска к зачету.
2. подготовка к зачету предполагает изучение учебной литературы и лекционного материала.

4. КОНТРОЛЬ ЗНАНИЙ

Виды текущего, промежуточного и итогового контроля, а также тематика проверочных работ, тестов, вопросов к зачету представлены в пункте «Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов».

Интерактивные технологии и инновационные методы, используемые в образовательном процессе

В преподавании дисциплины используются следующие методы : репродуктивный (составление конспекта лекции, конспектирование литературы), исследовательский (сбор и анализ материала), интерактивный (работа в малых группах, использование мультимедийных средств обучения, семинары в диалогом режиме, дискуссия, разбор конкретных ситуаций) .

Использование образовательных технологий в рамках аудиторных занятий:

Разделы (темы)	Активные формы
Процедура эмпирического социологического исследования	Проблемная лекция, микрогруппы
Метод анализа документов в социологии и журналистике	Проблемная лекция, разбор конкретных ситуаций

Экспериментальный метод в социологии журналистики	Лекция-беседа, разбор конкретных ситуаций
Специальная социологическая теория средств массовой информации	Лекция-дискуссия, разбор конкретных ситуаций, микрогруппы
Зарубежная социология массовых коммуникаций	Лекция – беседа, разборка конкретных ситуаций, деловая игра
Итого	62, 5%