

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
«Астраханский государственный университет имени В. Н. Татищева»
(Астраханский государственный университет им. В. Н. Татищева)

СОГЛАСОВАНО

Руководитель ОПОП

Е.В. Лазуткина

«04» апреля 2024 г.

УТВЕРЖДАЮ

Заведующий кафедрой журналистики и
медиакommunikаций

Г.С. Белолипская

«04» апреля 2024 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
СОЦИОЛОГИЯ МАССОВОЙ КОММУНИКАЦИИ

Составитель	Лазуткина Е.В., к. филол. н., доцент кафедры журналистики и медиакommunikаций
Согласовано с работодателями:	Нечаев А.Н., генеральный директор АНО «Издательский дом “Каспий”» Стародубова О.В., заместитель начальника Управления связи, главный редактор корпоративного СМИ «Наше время» ООО «Газпром добыча Астрахань»
Направление подготовки	42.03.05 МЕДИАКОММУНИКАЦИИ
Направленность (профиль) ОПОП	
Квалификация (степень)	бакалавр
Форма обучения	очная
Год приема	2024
Курс	3
Семестр	6

Астрахань, 2024 г.

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1. Целью освоения дисциплины «Социология массовой коммуникации» является ознакомление студентов с проблематикой социологии массовой коммуникации, социологическими подходами к функционированию СМИ, представлениями о социологической культуре медиаспециалиста; изучение и формирование у студентов оценки деятельности СМИ; формирование навыков сбора и анализа информации с помощью методов, применяемых в исследованиях специальных социологических центров и редакционной работе; выявление навыков работы с результатами социологических исследований печати, телевидения, радио, интернет-СМИ, направлениями их практического использования в профессиональных целях.

1.2. Задачи освоения дисциплины:

- формирование знаний о сущности СМИ как вида социальной коммуникации и социального института, умения ориентироваться в их функциях, содержании ролей основных участников процесса производства, потребления и распространения информации;
- понимание сути взаимодействия СМИ и аудитории, понимание социального смысла участия общества в коммуникации;
- умения быть осведомленным относительно направлений, содержания и методов теоретических и эмпирических исследований СМИ;
- формирование умения находить источники социологических данных о функционировании СМИ, на основе их анализа оценивать деятельность конкретных каналов и изданий; быть способным использовать полученное социологическое знание в своей профессиональной деятельности;
- овладение навыками формирования заказа на проведение исследований специальными центрами, а также (в рамках имеющихся возможностей) организации необходимых редакционных исследований.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

2.1. Учебная дисциплина «Социология массовой коммуникации» относится к обязательной части и реализуется в 6 семестре.

2.2. Для изучения данной учебной дисциплины необходимы следующие знания, умения и навыки, формируемые предшествующими дисциплинами:

– *«Основы теории журналистики»*

Знания: основные понятия теории журналистики, понимать значение теории для оптимальной организации функционирования СМИ и журналистской деятельности, существующие отечественные и зарубежные теоретические концепции; особенности организации информационного пространства страны и мира; понимать роль СМИ в демократическом обществе как важнейшего социального института, спектр их функций, главные принципы функционирования; представлять смысл и понимать взаимосвязь свободы и социальной ответственности журналистики и медиаспециалиста, осознавать важность проблем информационной безопасности общества; знать базовые характеристики массовой информации; понимать их обусловленность потребностями и интересами аудитории, а также механизмами ее восприятия массовым сознанием.

Умения: опираться на получение теоретического знания в процессе освоения других аспектов медиаработы, получение практических знаний и навыков.

Навыки: быть способным на базе положений теории журналистики анализировать современную редакционную практику СМИ.

– *«Основы теории массовой коммуникации»*

Знания: основы теории коммуникации как акта общения, состоящего в обмене сообщениями с целью достижения определенного эффекта; коммуникации как вида деятельности с определенными методами и навыками достижения планируемого эффекта; действующие в этом процессе барьеры и факторы организации эффективной коммуникации; взаимосвязь коммуникации как вида деятельности с параметрами экономического, политического, социального пространства; основные точки напряжения, асоциальные эффекты социальной коммуникации, способы снятия конфликтов и её гуманизации.

Умения: соотносить теоретические схемы изучения коммуникации с практикой мировой культуры; прогнозировать сценарии коммуникации в процессе практической деятельности в сфере массмедиа, рекламы и связей с общественностью с учетом факторов организации эффективного коммуникационного процесса, использовать полученные знания для подготовки текстов, отвечающих данным критериям.

Навыки: владеть навыками анализа практической деятельности в сфере массмедиа, рекламы и связей с общественностью, а также гармоничного общения в студенческой и будущей профессиональной среде с учетом наработанных теорией способов достижения эффективной коммуникации.

2.3. Знания, умения и навыки, формируемые данной учебной дисциплиной, могут быть востребованы при прохождении учебной, производственной, преддипломных практик и при написании выпускной квалификационной работы.

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование элементов следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВО и ОПОП ВО по данному направлению подготовки:

- а) универсальных (УК):
- б) общепрофессиональных (ОПК): ОПК-2
- в) профессиональных (ПК): ПК-4

Таблица 1. Декомпозиция результатов обучения

	Код компетенции	Планируемые результаты освоения дисциплины		
		Знать (1)	Уметь (2)	Владеть (3)
ОПК-2.	ОПК-2. Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	Знает систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития.	Умеет применять полученные знания в своей профессиональной деятельности.	Владеет навыками применения знаний о системе общественных и государственных институтов, механизмах их функционирования и тенденциях развития в своей профессиональной деятельности

ПК-4	ПК-4. Способен продвигать мультимедийный контент путем взаимодействия с различными социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов и платформ	Знает способы распространения мультимедийного контента для дальнейшего доведения её до аудитории	Создает, обрабатывает, компонует информацию в различных средах и на различных носителях и платформах	Владеет навыками распространения информации в различных средах и на различных носителях и платформах (размещение)
------	---	--	--	---

В результате изучения дисциплины «Социология массовой коммуникации» студент должен:

Знать: сущность СМИ как вида социальной коммуникации и социального института, ориентироваться в их функциях, содержании ролей основных участников процесса производства, потребления и распространения информации; понимать суть взаимодействия СМИ и аудитории, социальный смысл участия общества в коммуникации; быть осведомленным относительно направлений, содержания и методов теоретических и эмпирических исследований СМИ;

Уметь: находить источники социологических данных о функционировании СМИ, на основе их анализа оценивать деятельность конкретных каналов и изданий; быть способным использовать полученное социологическое знание в своей профессиональной деятельности;

Владеть: навыками формирования заказа на проведение исследований специальными центрами, а также (в рамках имеющихся возможностей) организации необходимых редакционных исследований; подготовки медиаконтента с опорой на социологические данные.

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоемкость дисциплины в соответствии с учебным планом составляет 3 зачетные единицы (108 часа).

Трудоемкость отдельных видов учебной работы студентов очной форм обучения приведена в таблице 2.1.

Вид учебной и внеучебной работы	для очной формы обучения
Объем дисциплины в зачетных единицах	3
Объем дисциплины в академических часах	108
Контактная работа обучающихся с преподавателем (всего), в том числе (час.):	37,25
- занятия лекционного типа	18
- занятия семинарского типа (семинары, практические)	18
- консультация (предэкзаменационная)	1
- промежуточная аттестация по дисциплине	0,25
Самостоятельная работа обучающихся (час.)	70,75
Форма промежуточной аттестации обучающегося (зачет/экзамен)	Экзамен

Таблица 2. Структура и содержание дисциплины

Раздел, тема дисциплины (модуля)	Контактная работа, час.							СР, час.	Итого часов	Форма текущего контроля успеваемости, форма промежуточно й аттестации
	Л		ПЗ		ЛР		КР / КП			
	Л	в т.ч. ПП	ПЗ	в т.ч. ПП	ЛР	в т.ч. ПП				
Тема 1. Введение в социологию массовой коммуникации.	3		3					11	17	Устный опрос Семинар Практическое задание
Тема 2. Журналистика как социальный институт общества.	3		3					11	17	Устный опрос Семинар Практическое задание
Тема 3. Социологически е теории СМИ.	3		3					15,7 5	21, 75	Устный опрос Семинар Практическое задание
Тема 4. Социология в деятельности редакции и медиаспециалиста.	3		3					11	17	Устный опрос Семинар Практическое задание
Тема 5. Социологически е исследования и социологически е методы	3		3					11	17	Устный опрос Семинар Практическое задание
Тема 6. Медиаспециалисты и редакции как объекты социологических исследований.	3		3					11	17	Устный опрос Семинар Практическое задание
Консультации									1	
Контроль промежуточной аттестации									0,25	Экзамен
ИТОГО за семестр:	18		18					70, 75	108	

Условные обозначения:

Л – занятия лекционного типа; ПЗ – практические занятия, ЛР – лабораторные работы;

КР – курсовая работа; СР – самостоятельная работа по отдельным темам

**Таблица 3. Матрица соотнесения тем/разделов
учебной дисциплины/модуля и формируемых в них компетенций**

Раздел, тема дисциплины (модуля)	Кол- во часов	Код компетенции			Общее количество компетенций
		ОПК-2	ПК-4		
Тема 1. Введение в социологию массовой коммуникации	17	+	+		2
Тема 2. Журналистика как социальный институт общества	17	+	+		2
Тема 3. Социологически е теории СМИ	21,75	+	+		2
Тема 4. Социология в деятельности редакции и медиаспециалиста	17	+	+		2

Тема 5. Социологические исследования и социологические методы	17	+	+		2
Тема 6. Медиаспециалисты и редакции как объекты социологических исследований	17	+	+		2
Консультации	1	+	+		2
Экзамен	0,25	+	+		2
Итого	108	+	+		2

Краткое содержание каждой темы дисциплины (модуля)

Тема 1. Введение в социологию массовой коммуникации

Предметное поле социологии массовой коммуникации.

Социология массмедиа как научная и учебная дисциплина. Социология массмедиа как область социологии. Социология массмедиа в ряду наук о журналистике. Структура курса. Основные понятия. Место в обществоведении и в системе медиадисциплин. Предмет дисциплины. Цели и задачи изучения. Общенаучные подходы, принципы, функции социологии массовой коммуникации.

Социология массовой коммуникации в мировой и отечественной науке.

Мыслители XVII–XVIII вв. о роли прессы в обществе: свобода печати как основное содержание научного и политического дискурса и начало социально-политических теорий массмедиа. Газета как посредник между «управляющими и управляемыми» (К. Маркс). Пресса в условиях становления демократии (А. де Токвиль). Печать как средство классовой борьбы (К. Маркс, В.И. Ленин). Журналист как ученый и политик (М. Вебер). Социокультурное воздействие массовой коммуникации на жизнь общества; СМИ и «массовая культура» (М. Маклюэн, Т. Адорно). Журналистика как социально-психологический фактор формирования сознания аудитории (А. Шопенгауэр,

Ф. Ницше, У. Липпманн, Э. Фромм, Г. Малецке). Социологические исследования деятельности СМИ и их значение для социологии журналистики (М. Вебер, Г. Лассуэлл, П. Лазарсфельд, У. Шрамм, Р. Мертон). Новая информационная реальность конца XX – начала XXI в. (П. Бурдье, П. Шампань, Э. Ноэль-Нойман). Традиции и опыт социологии журналистики в России.

Тема 2. Журналистика как социальный институт общества

Журналистика в социальной системе общества.

Социальная система и коммуникация. Коммуникатор, информатор, медиатор, реципиент как участники информационного взаимодействия. Журналистика и демократия. Проблема свободы СМИ как отражение социальных противоречий в обществе. Коммуникативный аспект функционирования власти и природа ее взаимодействия с журналистским корпусом. Профессиональная деятельность медиаспециалистов в органах исполнительной и представительной власти: формы и методы. Информационная политика государства. Система СМИ России: структура, специфика информационных каналов и их взаимодействие.

Массмедиа и социальный контроль.

Значение социального контроля для жизнедеятельности общества. Социальный контроль и социальное вмешательство. Социальный контроль как функция общественного мнения. Социальный контроль как функция журналистики. Социальный и журналистский контроль: общее и особенное. Алгоритм реализации социального контроля в массмедиа.

Тема 3. Социологические теории СМИ

СМИ как вид социальных коммуникаций.

Функции социальных коммуникаций в обществе (универсальная формула Г. Лассуэлла): познание и контроль за происходящим, корреляция отношения к нему и

передача культуры во времени.

Массовая коммуникация среди других видов социальных коммуникаций: общее и особенное. СМИ как разновидность массовой коммуникации. Институционализация деятельности СМИ, поляризация ролей в данном виде коммуникации.

Массовая коммуникация как процесс: целеполагание, производство, распространение и потребление как основные фазы процесса.

Основные теории прессы.

Информационное общество и массмедиа. Функционирование СМИ в обществе.

Тема 4. Социология в деятельности редакции и медиаспециалиста

Социологическая культура медиаспециалиста.

Социальные аспекты творческого труда медиаспециалиста. Двойственная роль медиаспециалистов в социальной структуре общества. Субъектность труда журналиста и его общественное назначение. Социальные аспекты личности журналиста. Личностные и общественно значимые начала в труде журналиста. Партийность в журналистике и социальная самоидентификация журналиста. Нравственно-этические компоненты личности медиаспециалиста.

Социологическое мышление медиаспециалиста. Социожурналистика как предпосылка и метод высокопрофессиональной деятельности творческого работника СМИ. Социология и массмедиа: принципы взаимодействия. Социологические публикации в прессе. Социологический инструментарий и возможности его применения медиаспециалистом. Социологическая информация в медиаконтенте. Источники социологической информации в труде медиаспециалиста и оценка их достоверности и точности. Роль социологических теорий в познании общественных процессов. Использование результатов эмпирических исследований в СМИ. Зоны применения социологии в массмедиа.

Применение социологических подходов, знаний, методов в проектировании новых каналов, в программировании функций и содержания действующих каналов. Обоснование миссии, концепции, типа канала на основе изучения рынка и потребностей аудитории. Способы получения социологической информации: специальные (Ad Hoc) исследования, стандартные медиаметрические продукты, редакционные исследования. Вторичный анализ данных.

Получение и использование социологической информации.

Формы сотрудничества медиа- и социологических организаций. Права и обязанности заказчиков и исполнителей социологических исследований. Формулирование заказа на исследование, участие заказчика в разработке инструментария исследования. Оценка надежности социологических данных: репрезентативность выборки, устойчивость и правильность измерения, полнота представления инструментария исследования и данных. Социологическая периодика и другая специальная литература. Социологические центры. Социологи и социологические службы в медиаорганизациях: задачи их работы.

Тема 5. Социологические исследования и социологические методы

Структура и особенности социологического исследования.

Роль осведомленности медиаспециалистов об этапах социологического исследования в профессиональной деятельности. Особенности программирования исследования. Этапы и процедуры социологического исследования. Выборка как основа репрезентативности.

Социологические методы и возможность их применения в массмедиа.

Интервью и анкетирование в социологии и массмедиа. Анализ документов в социологии и журналистике. Социологическое и журналистское наблюдение. Эксперимент как метод социологии и журналистики.

Массмедиа и аудитория: социальные и творческие связи.

Социальное содержание обратной связи СМИ. Понятие и исследование аудитории. Социальная сущность взаимодействия СМИ и аудитории. Исследования взаимодействия

коммуникатора, информатора, медиатора и реципиента, социального контекста информационных процессов. Предмет аудиторных исследований. История исследований аудитории. Потребление СМИ, аудиторное поведение. Функциональные ожидания от СМИ и мотивы выбора. Потребности и интересы аудитории. Проблемы понимания информации аудиторией. СМИ в оценках аудитории. Типологические группы. Методы изучения аудитории. Медиаметрические исследования. Особенности и формы обнаружения обратной связи. Цели, методы изучения аудитории, медиаспециалиста и редакционного коллектива.

Эффективность деятельности медиаспециалиста.

Проблема оптимизации функционирования СМИ. Критерии оценки эффективности журналистской деятельности. Внутренние и внешние факторы, детерминирующие эффективность журналистской деятельности. Методологическая база, основные методы и средства изучения эффективности журналистской деятельности.

Тема 6. Медиаспециалисты и редакции как объекты социологических исследований

История исследований медиаспециалистов. Личность медиаспециалиста. Значение представлений медиаспециалистов о своей социально-профессиональной роли, о роли аудитории в процессе функционирования СМИ.

Проблемы подготовки медиаспециалистов. Медиаобразование и формирование профессионального сознания, учет результатов социологических исследований в профессиональной подготовке. Профессионально-творческие ориентации. Социально-демографические характеристики.

Социологический подход к изучению функционирования журналистского коллектива как сообщества единомышленников, роль единства в представлениях о миссии и концепции канала информации для успешного функционирования СМИ. Медиаменеджмент и социологические исследования.

Методы исследования медиаспециалистов и медиаколлективов: опросы, групповые обсуждения, контент-анализ материалов.

Социологический анализ содержания материалов СМИ.

Объекты исследований: опубликованные и неопубликованные материалы, редакционная почта, реклама, материалы «паблик рилейшнз». Социальное содержание текстов массовой информации, их роль в удовлетворении различных потребностей аудитории. Различные подходы к контенту: как к продукту деятельности каналов массовой информации, объекту отношений между контрагентами – аудиторией, властью, бизнесом. Сопоставительные исследования интересов аудитории и характеристик контента: маркетинговый и социологический подходы. Различия в оценке контента с позиций рынка и общественной пользы. Место рейтинговых показателей в анализе содержания материалов СМИ. Наиболее общие критерии оценки социальных качеств контента СМИ: полнота освещения действительности – сферы жизнедеятельности, уровни организации социальной жизни (от личности до общества), репрезентация социальной структуры в составе персонажей, «географический» и поселенческий охват, источники информации, разнообразие видов и жанров; репрезентация социальной структуры в составе авторов и субъектов выраженного мнения.

Особенности контент-анализа повседневной деятельности и отдельных акций (кампаний) СМИ.

Методика исследований контента. Качественные и количественные методы. Контент-анализ: особенности и возможности метода. Роль задач для разработки методики анализа, операционализация категорий анализа. Основные инструменты контент-анализа: кодификатор, инструкция кодировщику. Обеспечение надежности данных контент-анализа: особенности выборки, операционализация понятий, устойчивость поведения кодировщиков. Количественные методы работы с редакционной почтой: задачи, особенности методики,

использование полученных данных в публикациях, в теле- и радиопередачах. Интернет и новые возможности для контент-анализа. Задачи и особенности контент-анализа рекламы в СМИ.

5. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ПРЕПОДАВАНИЮ И ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

5.1. Указания для преподавателей по организации и проведению учебных занятий по дисциплине (модулю)

При подготовке к лекции, семинарским занятиям, выполнение самостоятельных работ необходимо воспользоваться системой «Электронное образование»:

<https://moodle.asu.edu.ru/course/view.php?id=832>

Студенты могут работать с текстами лекций и практических занятий в электронном виде, т.к. они расположены в LMS Moodle «Электронное образование» на сайте АГУ.

Подготовка к практическому (семинарскому) занятию начинается с тщательного ознакомления с условиями предстоящей работы, т. е. с обращения к вопросам семинарских занятий. Определившись с проблемой, следует обратиться к рекомендуемой литературе. При подготовке к практическому (семинарскому) занятию обязательно требуется изучение дополнительной литературы по теме занятия. Без использования нескольких источников информации невозможно проведение дискуссии на занятиях, обоснование собственной позиции, построение аргументации.

Если обсуждаемый аспект носит дискуссионный характер, следует изучить существующие точки зрения и выбрать тот подход, который вам кажется наиболее верным. При этом следует учитывать необходимость обязательной аргументации собственной позиции. Во время практических занятий рекомендуется активно участвовать в обсуждении рассматриваемой темы, принимать участие в выполнении практических заданий.

С целью обеспечения успешного обучения студент должен готовиться к лекции, поскольку она является важной формой организации учебного процесса: знакомит с новым учебным материалом; разъясняет учебные элементы, трудные для понимания; систематизирует учебный материал; ориентирует в учебном процессе.

К зачету, экзамену необходимо готовится целенаправленно, регулярно, систематически и с первых дней обучения по дисциплине.

В самом начале учебного курса студенту следует познакомиться со следующей учебно-методической документацией:

- программой дисциплины;
- перечнем знаний и умений, которыми студент должен овладеть;
- тематическими планами лекций, семинарских занятий;
- контрольными мероприятиями;
- учебными пособиями по дисциплине;
- перечнем вопросов к зачету, экзамену.

После этого у студента должно сформироваться четкое представление об объеме и характере знаний и умений, которыми надо будет овладеть по дисциплине. Систематическое выполнение учебной работы на лекциях, семинарских занятиях и в процессе самостоятельной работы позволит успешно освоить дисциплину и создать хорошую базу для сдачи зачета, экзамена.

5.2. Указания для обучающихся по освоению дисциплины (модулю)

Самостоятельная работа студентов представлена в следующих формах: подготовка к собеседованию.

Таблица 4. Содержание самостоятельной работы обучающихся

<i>Вопросы, выносимые на самостоятельное изучение</i>	<i>Кол-во часов</i>	<i>Формы работы</i>
Тема 1. Введение в социологию массовой коммуникации Проведение контент-аналитического исследования регионального издания	11	Подготовка к собеседованию
Тема 2. Журналистика как социальный институт общества Проведение контент-аналитического исследования общедоверального издания	11	Подготовка к собеседованию
Тема 3. Социологические теории СМИ Проведение контент-аналитического исследования тематического издания	15,75	Подготовка к собеседованию
Тема 4. Социология в деятельности редакции и медиаспециалиста Проведение контент-аналитического исследования корпоративного издания	11	Подготовка к собеседованию
Тема 5. Социологические исследования и социологические методы Проведение контент-аналитического исследования делового издания	11	Подготовка к собеседованию
Тема 6. Медиаспециалисты и редакции как объекты социологических исследований Проведение контент-аналитического исследования зарубежного издания	11	Подготовка к собеседованию

Проведение контент-аналитического исследования СМИ

Кодификатор контент-анализа газеты

1. Тематическая направленность материалов

1. Деятельность администрации и работа выборных органов.
2. Банки, финансово-коммерческая деятельность.
3. Промышленность, экономика.
4. Сельское хозяйство.
5. Деятельность правоохранительных органов.
6. Общественные движения, партии.
7. Официальные материалы (указы, распоряжения и т.п.).
8. Культура, литература, искусство.
9. Образование, просвещение.
10. Социальное обеспечение (в том числе детские дома, дома для престарелых и инвалидов, пособия, пенсии, проблемы старости и т.п.).
11. Торговля, бытовое обслуживание, общественный транспорт, городское хозяйство.
12. Здравоохранение, целительство.
13. Досуг, отдых, туризм.
14. Религия, церковь.
15. История, краеведение, воспоминания о войне.
16. Личная жизнь, семья, быт.

17. Природа, экология.
18. Спорт, физкультура.
19. Деятельность редакции (читательские конференции, подписная кампания, анкеты, конкурсы и пр.).
20. Армия, допризывная подготовка.
21. Литературно-художественные материалы (стихи, рассказы, анекдоты, юморески).
22. Нежурналистские материалы (реклама, объявления, программа телевидения, анонсы, кроссворды, гороскопы и пр.).
23. Отдых, путешествия, развлечения.
24. Наука, открытия.
25. Другое (указать).

II. Жанр

1. Заметка, хроникальные сообщения.
2. Репортаж.
3. Интервью.
4. Корреспонденция, статья, комментарий.
5. Обзорение.
6. Очерк, зарисовка.
7. Письмо в редакцию, открытое письмо.
8. Рецензия.
9. Фельетон, памфлет.
10. Круглый стол, дискуссия, прямая линия.
11. Жанр трудно определить.

III. Форма публикации

1. Текст.
2. Фото (рисунок) с подписью.
3. Смешанная (текст плюс фото).

IV. Характер публикации

1. Фактографический (сообщение без оценки).
2. Позитивный (автор в основном положительно относится к описываемому).
3. Положительный с элементами критики.
4. Критический.
5. Проблемный. Преимущественно уделяется внимание анализу трудностей, борьбы с препятствиями на пути решения проблемы. Или постановка проблемы, предложения по ее решению.

V. Локальность

1. Дальнее зарубежье.
2. СНГ, ближнее зарубежье.
3. Россия.
4. Астраханская область (в целом).
5. Астрахань (город).
6. Села Астраханской области.
7. Локальность трудно определить. Например, материалы по национальным вопросам, проблемам нравственности и т.п.

VI. Герой публикации

1. Представители партий и общественных организаций, депутаты.
2. Представители администрации.

3. Интеллигенция, не занятая на производстве (врачи, учителя, научные работники ит.п.).
4. Интеллигенция, занятая на производстве.
5. Рабочие, служащие материального производства.
6. Работники правоохранительных органов (суд, милиция, адвокатура, налоговая инспекция).
7. Работники банков, компаний и т.п.
8. Работники сельского хозяйства, крестьяне, фермеры.
9. Представители искусства, культуры, литературы.
10. Работники сферы обслуживания.
11. Школьники, студенты.
12. Военнослужащие.
13. Религиозные деятели.
14. Предприниматели.
15. Спортсмены, тренеры.
16. Исторические личности.
17. Пенсионеры, домохозяйки, инвалиды.
18. Криминальные элементы.
19. Герой не человек (животное, НЛО, растение и т.п.).
20. Героя трудно определить (например, в проблемных материалах).

Схема контент-анализа газеты

Издание выходит ... раз в неделю

Единица анализа – текст (журналистский / нежурналистский

материал) Единица счета – частота появления признака анализа

(публикация)

№ Дата выхода	№ от	№ от	№ от	№ от	№ от	№ от	№ от	№ от	№ от
I. Тематическая направленность									
	1 – 3 ед. ан. 4 – 4 ед. ан. ...								
II. Жанр									
	1 – 5 ед. ан. 3 – 6 ед. ан. ...								
III. Форма публикации									
	1 – 10 ед. ан. 2 – 5 ед. ан. 3 – ед. ан. ...								
IV. Характер публикации									
	1 – 10 ед. ан. 3 – 5 ед. ан. 5 – 7 ед. ан. ...								
V. Локальность публикации									

	1 – 12 ед. ан. 4 – 5 ед. ан. 6 – 6 ед. ан. ...								
VI. Герой публикации									
	1 – 14 ед. ан. 7 – 5 ед. ан. 9 – 7 ед. ан. ...								

5.3. Виды и формы письменных работ, предусмотренных при освоении дисциплины, выполняемые обучающимися самостоятельно.

Методические рекомендации по выполнению практических заданий

Практические (творческие) задания как форма самостоятельной работы, представляют подготовку самостоятельного развернутого ответа по конкретной теме или вопросу. Задания преподаватель предлагает специально для каждой группы, с учетом профиля, по которому группа специализируется и потенциала группы. В ходе выполнения творческих заданий студенты работают индивидуально и в группах, что способствует развитию, как личной творческой инициативы, так и умению работать в команде. Таким образом, развитие и формирование компетенций в курсе будет способствовать эффективности профессиональной деятельности.

Методические рекомендации по выполнению контрольных работ, проведению экзамена

Контрольные работы

Контрольная работа состоит из 2-х заданий. Основаниями для снижения оценки за задание являются:

- ошибки в объяснениях и комментариях при верно выполненном задании;
- неполный ответ для теоретических заданий;
- небрежное выполнение;
- многократное переписывание контрольной работы.

Задание не может быть засчитано, если:

- даны два неверных ответа на теоретические вопросы.

Проведение экзамена

Оценивание студентов на экзамене осуществляется в соответствии с требованиями и критериями 100-балльной шкалы. Учитываются как результаты текущего контроля, так и знания, навыки и умения, непосредственно показанные студентами в ходе экзамена.

Текущий контроль осуществляется в ходе учебного процесса и консультирования студентов, по результатам выполнения самостоятельных, тематических контрольных работ. Он предусматривает проверку готовности студентов к плановым занятиям, оценку качества и самостоятельности выполнения заданий на лабораторных занятиях, проверку правильности выполнения заданий, выданных на самостоятельную проработку.

На экзамене осуществляется комплексная проверка знаний, навыков и умений студентов по всему теоретическому материалу дисциплины и с проверкой практических навыков и умений. Теоретические знания оцениваются путем компьютерного тестирования или на основании письменных ответов студентов по нескольким теоретическим вопросам.

6. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ И ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

6.1. Образовательные технологии

В соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки бакалавров в рамках изучения дисциплины предусмотрено использование в учебном процессе следующих активных и интерактивных форм проведения занятий.

Таблица 5. Образовательные технологии, используемые при реализации учебных занятий

Раздел, тема дисциплины (модуля)	Форма учебного занятия		
	Лекция	Практическое занятие, семинар	Лабораторная работа
Тема 1. Введение в социологию массовой коммуникации	Обзорная лекция	Практическое задание	Не предусмотрено
Тема 2. Журналистика как социальный институт общества	Обзорная лекция	Практическое задание	Не предусмотрено
Тема 3. Социологические теории СМИ	Обзорная лекция	Практическое задание	Не предусмотрено
Тема 4. Социология в деятельности редакции и медиаспециалиста	Обзорная лекция	Практическое задание	Не предусмотрено
Тема 5. Социологические исследования и социологические методы	Обзорная лекция	Практическое задание	Не предусмотрено
Тема 6. Медиаспециалисты и редакции как объекты социологических исследований	Обзорная лекция	Практическое задание	Не предусмотрено

6.2. Информационные технологии

- использование электронных учебников и различных сайтов (например, электронные библиотеки, журналы и т.д.) как источник информации;
- использование интерактивных средств взаимодействия участников образовательного процесса (технологии дистанционного или открытого обучения в глобальной сети (веб-конференции, форумы, учебно-методические материалы и др.));
- использование средств представления учебной информации (электронных учебных пособий и практикумов, применение новых технологий для проведения очных (традиционных) лекций и семинаров с использованием презентаций и т.д.);
- использование виртуальной обучающей среды (LMS Moodle «Электронное образование»).

6.3. Программное обеспечение, современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

6.3.1. Программное обеспечение

1. Браузер – Google Chrome, Opera,
2. Операционная система – Windows 10,
3. Офисная программа – MS Office 2013,
4. Программа для просмотра электронных документов – Adobe Reader.
5. Платформа дистанционного обучения LMS Moodle «Электронное образование».

6.3.2. Современные профессиональные базы данных, информационные справочные системы

1. Электронный каталог Научной библиотеки АГУ на базе MARK SQL НПО «Информ-систем». <https://library.asu.edu.ru/catalog/>
2. Электронная библиотека «Астраханский государственный университет» собственной генерации на электронной платформе ЭБС «Электронный Читальный зал – БиблиоТех». <https://biblio.asu.edu.ru>

7. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ

И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

7.1. Паспорт фонда оценочных средств

При проведении текущего контроля и промежуточной аттестации по дисциплине «Социология массовой коммуникации» проверяется сформированность у обучающихся компетенций, указанных в разделе 3 настоящей программы. Этапность формирования данных компетенций в процессе освоения образовательной программы определяется последовательным освоением дисциплин и прохождением практик, а в процессе освоения дисциплины – последовательным достижением результатов освоения содержательно связанных между собой разделов, тем.

Таблица 6. Соответствие изучаемых разделов, результатов обучения и оценочных средств

Контролируемые разделы, темы дисциплины	Код контролируемой компетенции (компетенций)	Наименование оценочного средства
Тема 1. Введение в социологию массовой коммуникации.	ОПК-2; ПК-4	Устный опрос Семинар Практическое задание
Тема 2. Журналистика как социальный институт общества.	ОПК-2; ПК-4	Устный опрос Семинар Практическое задание
Тема 3. Социологические теории СМИ.	ОПК-2; ПК-4	Устный опрос Семинар Практическое задание
Тема 4. Социология в деятельности редакции и медиаспециалиста.	ОПК-2; ПК-4	Устный опрос Семинар Практическое задание
Тема 5. Социологические исследования и социологические методы	ОПК-2; ПК-4	Устный опрос Семинар Практическое задание
Тема 6. Медиаспециалисты редакции как объекты социологических исследований.	ОПК-2; ПК-4	Устный опрос Семинар Практическое задание

7.2 Описание показателей и критериев оценивания компетенций, описание шкал оценивания

**Таблица 7.
Показатели оценивания результатов обучения в виде знаний**

Шкала оценивания	Критерии оценивания
5 «отлично»	демонстрирует глубокое знание теоретического материала, умение обоснованно излагать свои мысли по обсуждаемым вопросам, способность полно, правильно и аргументированно отвечать на вопросы, приводить примеры
4 «хорошо»	демонстрирует знание теоретического материала, его последовательное изложение, способность приводить примеры, допускает единичные ошибки, исправляемые после замечания преподавателя
3 «удовлетворительно»	демонстрирует неполное, фрагментарное знание теоретического материала, требующее наводящих вопросов преподавателя, допускает существенные ошибки в его изложении, затрудняется в приведении примеров и формулировке выводов
2	демонстрирует существенные пробелы в знании теоретического материала, не

«неудовлетворительно»	способен его изложить и ответить на наводящие вопросы преподавателя, не может привести примеры
-----------------------	--

Таблица 8.

Показатели оценивания результатов обучения в виде умений и владений

Шкала оценивания	Критерии оценивания
5 «отлично»	демонстрирует способность применять знание теоретического материала при выполнении заданий, последовательно и правильно выполняет задания, умеет обоснованно излагать свои мысли и делать необходимые выводы
4 «хорошо»	демонстрирует способность применять знание теоретического материала при выполнении заданий, последовательно и правильно выполняет задания, умеет обоснованно излагать свои мысли и делать необходимые выводы, допускает единичные ошибки, исправляемые после замечания преподавателя
3 «удовлетворительно»	демонстрирует отдельные, несистематизированные навыки, не способен применить знание теоретического материала при выполнении заданий, испытывает затруднения и допускает ошибки при выполнении заданий, выполняет задание при подсказке преподавателя, затрудняется в формулировке выводов
2 «неудовлетворительно»	не способен правильно выполнить задание

7.3. Контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности

Тема 1. Введение в социологию массовой коммуникации

Вопросы для обсуждения:

1. Макс Вебер и исследования прессы 1910–1920 годов.
2. Крупномасштабные эмпирические исследовательские проекты 40-х годов. Создание институтов изучения СМИ в США. Формирование национальных социологических школ в европейских странах после Второй мировой войны.
3. Образование транснациональных фирм по сбору и обработке социологической информации в середине 20 века. Внедрение машинных и электронных методов обработки данных.
4. Особенности развития социологии СМИ в России. Изучение аудитории российской прессы в дооктябрьский период (анализ основных читательских групп в редакциях журналов «Собеседник любителей русского слова», «Современник» Н.Г. Чернышевского, «Русское богатство» и др., научные разработки Н.А. Рубакина, деятельность земских статистиков и т.д.).
5. Исследования коммуникационных процессов в первые годы после Октября 1917 г. Изгнание и изоляция ведущих социологов страны в 20-е годы. Состояние отечественной социологии в годы сталинского режима. Попытки восстановления утраченных социологических традиций в стране в период «оттепели».
6. Возрождение отечественной социологии журналистики в 90-х годах XX века. Основные исследовательские центры социологии СМИ в современной России.

Практическое задание:

А) Анализ опубликованных данных рейтинговых исследований. План анализа: 1. Исследователь. 2. Цель исследования. 3. Объект рейтинговой оценки. 4. Способ расчета рейтинга. 5. Единицы измерения рейтинга. 6. Практическая значимость рейтинговых данных.

Б) Подготовить обзор социологических ресурсов в Интернете.

Тема 2. Журналистика как социальный институт общества

Вопросы для обсуждения:

1. О подходах к моделированию функций СМИ.
2. Г. Лассуэл об основных функциях социальной коммуникации.
3. Интегрирующая роль коммуникации.
4. Коммуникативная функция. Содержание коммуникативной функции. Доступ к коммуникации. СМИ в системе социальных связей. Коммуникация и трансмиссия. Коммуникативные конфигурации в СМИ.
5. Информационная функция. Содержание функции. Дисфункции информационной деятельности. Медиатизация. Формирование повестки дня.
6. Ценностно-регулирующая функция. Содержание функции. Ценностно-регулирующая функция и социализация.
7. Социально-организационная и социально-креативная функции. Содержание функций. СМИ и общенациональная идентичность. Процесс индивидуализации и социальное строительство. СМИ как фактор формирования общественного мнения и его субъекта. СМИ и новые социальные общности.
8. Функция форума или канала социального участия. Содержание функции. Понятие социального/гражданского участия. Форум, участие и обратная связь. Информационный аспект социального участия. Функция форума как необходимая для всех типов СМИ. Социальное представительство и участие. Демократизм и профессионализм в управлении обществом. Факторы участия. Институциональные и гражданские права. Социальные и информационные технологии участия.
9. Функция психического регулирования. Содержание функции. Развлечение в системе деятельности СМИ.

Практическое задание:

А) Проанализировать материалы социологических исследований по социологии журналистики, опубликованные в журнале «Социологические исследования» («СОЦИС»). Дать характеристику исследований по схеме: 1. Тема исследования. 2. Организация – инициатор исследования. 3. Время проведения исследования. 4. Состав участников исследовательской группы. 5. Вид исследования. 6. Цель и задачи исследования. 7. Масштабы, база исследования. 8. Круг исследуемых вопросов. 9. Основные этапы и исследовательские процедуры. 10. Основные результаты исследования. Характер представленных отчетных материалов. 11. Практическая значимость результатов исследования.

Б) Проанализировать опубликованные материалы социологических исследований (опросов) по следующей схеме: временные рамки исследования, методы исследования, выборочная совокупность (возрастные границы изучаемой совокупности, область занятий людей, объем выборки), проблематика исследования, информация об авторах исследования.

Тема 3. Социологические теории СМИ

Вопросы для обсуждения:

1. Типы, процедуры и этапы эмпирического исследования.
2. Процесс программирования. Основные элементы программы. Постановка проблемы, целей и задач исследования, его объект и предмет. Предварительный системный анализ объекта исследования. Выдвижение гипотез, их виды. Стратегический план исследования. Определение и интерпретация понятий.
3. Измерение в эмпирическом исследовании, проблемы устойчивости

измерения. Эмпирические показатели. Шкалирование, основные виды шкал. Обеспечение репрезентативности и валидности результатов.

4. Инструментарий эмпирического исследования. Пилотное исследование: цели и задачи, особенности проведения. Полевые работы.
5. Методика анализа и интерпретация социологических данных. Понятие значимой разности. Перекрестный анализ и таблицы сопряженности. Современные компьютерные методы обработки социологических данных.

Практическое задание:

В социологической литературе существует неоднозначная трактовка различных типов и видов выборки. Нередко авторы по-разному называют по сути один и тот же способ отбора, либо, напротив, в один термин разные авторы вкладывают разный смысл. Проведите сравнительный анализ источников по данному вопросу и составьте классификацию типов и видов выборки. Классификацию необходимо представить в виде краткого доклада.

Тема 4. Социология в деятельности редакции и медиаспециалиста

Вопросы для обсуждения:

1. Социальные пространства, поля, капиталы. Концепция социального пространства и полей П. Бурдьё.
2. Капитал известности в поле СМИ. Социальный и человеческий капитал. Роль СМИ в его накоплении и обмене.
3. Ресурсы медийного поля: информация, пространство и время для рекламы, освещение/внимание. Аудитория (рейтинги) как ресурс канала СМИ.
4. Социальное представительство в контенте СМИ. СМИ-власть-бизнес-общество и неравенство в доступе к медийным ресурсам. Конвертация капиталов в процессе взаимодействия социальных полей.

Практическое задание:

Проанализируйте тематическую модель одного издания, выявите коммуникативную стратегию, подготовьте свои предложения по корректировке модели издания на основе проведенного мини-опроса аудитории.

Тема 5. Социологические исследования и социологические методы

Вопросы для обсуждения:

1. Аудитория СМИ: понятие, потребности, интересы, мотивы, модели информационного поведения.
2. Традиционные и новые формы участия аудитории в формировании контента СМИ.
3. Социальная структура общества и аудитории.
4. Средний класс как аудитория СМИ.
5. Медиаметрия – область исследования аудитории СМИ: фирмы, выборки, методы, стандартизированные показатели.
6. Аудиторные рейтинги: методика измерения, значение для редакционной практики.
7. Современная аудитория российских СМИ в условиях разнообразия изданий и каналов, существования традиционных и новых медиа: общие и специфические черты и модели поведения.
8. Аудитория прессы.
9. Аудитория телевидения.
10. Аудитория радио.
11. Аудитория интернет-СМИ.
12. Интернет и возможности изучения аудитории СМИ: преимущества и ограничения.

Практическое задание:

Охарактеризуйте социологические методы сбора информации: опросы (устный – интервью, письменный – анкетирование, экспертные оценки, фокус-группы), наблюдение, контент-анализ, дискурс-анализ. Приведите примеры ситуаций их применения, укажите достоинства и ограничения каждого метода.

Доклад

Темы докладов:

1. Функция социальной идентификации: роль массовых и «нишевых» изданий.
2. Доверие к СМИ и журналистам как актуальная социальная и профессиональная проблема.
3. Традиционные и новые интернет-возможности получения информации об аудитории: преимущества и ограничения.
4. Аудитория СМИ: понятие, потребности, интересы, мотивы, модели информационного поведения.
5. Традиционные и новые формы участия аудитории в формировании контента СМИ.
6. Средний класс как аудитория СМИ.
7. Прессовые и электронные опросы (требования к методике, проблема репрезентативности).
8. Социологические службы в редакциях (с примерами).
9. Социологическая публицистика. Традиции русской социологической публицистики и их развитие на современном этапе (с примерами).
10. Методика анализа и интерпретация социологических данных. Современные компьютерные методы обработки социологических данных (на примере программы SPSS).
11. Социологический мониторинг.
12. Редакционная почта как объект контент-анализа.
13. Правовые и этические аспекты использования скрытого наблюдения.
14. Экспресс-опросы (уличные и телефонные): специфика выборки и инструментария.
15. Государство и его взаимоотношения с СМК. Законодательная, исполнительная, судебная власть и пресса.
16. Роль рекламы в презентации политических сил.
17. Факторы воздействия на электорат. Данные опросов общественного мнения как фактор воздействия на электорат.
18. СМК как индустрия. Пресса и реклама. Пресса и ПР-структуры.
19. Американские социологические центры изучения общественного мнения.
20. Европейские социологические центры изучения общественного мнения.

Тема 6. Медиаспециалисты и редакции как объекты социологических исследований

Вопросы для обсуждения:

1. Методика исследований контента. Качественные и количественные методы.
2. Контент-анализ: особенности и возможности метода. Роль задач для разработки методики анализа, операционализация категорий анализа. Основные инструменты контент-анализа: кодификатор, инструкция кодировщику.
3. Обеспечение надежности данных контент-анализа: особенности выборки, операционализация понятий, устойчивость поведения кодировщиков.
4. Количественные методы работы с редакционной почтой: задачи, особенности методики, использование полученных данных в публикациях, в теле- и радиопередачах.
5. Интернет и новые возможности для контент-анализа.
6. Задачи и особенности контент-анализа рекламы в СМИ.

Практическое задание:

Представить социологический портрет медиаспециалиста по следующим параметрам: 1. декларируемая социальная роль, 2. адрес апеллирования, 3. опорный коммуникативный прием, 4. отношение к власти.

Контрольная работа (примерные вопросы):

1. Журналистика как социальный институт общества.
2. Социологические теории СМИ.
3. Социология в деятельности редакции и медиаспециалиста.
4. Социологические исследования и социологические методы.
5. Медиаспециалисты и редакции как объекты социологических исследований.

Итоговые экзаменационные задания

Работа с социологической информацией.

Проанализируйте контент сайтов социологических служб (Левада Центр, ФОМ, ВЦИОМ, Медиалогия и пр.). На основе результатов конкретного социологического исследования подготовьте материал (можно с ориентацией на конкретное издание). В конце обязательно укажите ссылку на социологические результаты, которые были использованы в работе.

Проект прессовой анкеты.

Подготовьте проект анкеты со следующей структурой:

Вступление, в котором обязательно нужно указать тему и цель исследования, представить себя, мотивировать респондентов, гарантировать анонимность ответов, указать технику заполнения опросника (при необходимости).

Основная часть, в которой должны быть представлены в целом 12-15 вопросов. При этом нужно учесть следующее соотношение: закрытых вопросов - максимум 10, открытых вопросов - максимум 5, полужакрытые - максимум 7; обязательно - минимум 1 контрольный вопрос, минимум 1 отсеивающий вопрос, минимум 1 проективный вопрос; максимум 5 альтернативных вопросов, максимум 3 вопроса-меню.

Паспортчика (социально-демографические характеристики).

В зависимости от темы и целей вашего исследования укажите социально-демографические характеристики респондентов, согласно которым вы потом будете группировать результаты. К ним могут быть отнесены следующие пункты: возраст, пол, образование, профессия, семейное положение, уровень дохода и т.п. Данные вопросы не входят в основную часть, выделяются отдельно и идут без нумерации. Анкета должна быть представлена в форме документа в формате .doc или .docx. Загружать ее в google-формы или другие опросные форматы не нужно.

Контент-аналитическое исследование.

Проведите контент-анализ одного печатного или интернет-СМИ согласно прилагаемому кодификатору. Его можно дополнить или сократить, выбрав определенные критерии в зависимости от концепции и содержательной палитры издания (но как минимум 4 пункта кодификатора должны быть соблюдены). При этом единицей анализа выступает текст (журналистский / нежурналистский материал). Единицей счета – частота появления признака анализа (публикация). Хронологические рамки - июль-декабрь 2023 г.

Обязательный объем анализа: для газет - минимум 5 номеров; для журналов - минимум 4 номера; для интернет-СМИ - минимум 100 материалов. Итоговая форма должна быть представлена в форме документа с таблицей и в графической форме (в виде диаграмм, графиков, схем и пр.).

Мониторинг СМИ (задание в подгруппах)

Задача – проанализировать соответствующее издание за весь год (январь–декабрь) и найти материалы, отличающиеся действенностью. Форма итогового задания представлена в таблице. Требуемый объем: журналистских материалов – как минимум 25–30; редакционных проектов – свободное количество; в зависимости от редакционной деятельности.

Примечание: Действенные журналистские материалы – это материалы, поднимающие важные для региона темы и приводящие к конкретному результату – разрешению социальных проблем или позитивным изменениям. Творческая деятельность журналиста всегда нацелена на определенную результативность, которая выражается в действенности и эффективности публицистических выступлений. Согласно концепции Е.П. Прохорова, уровень воздействия информации на массовую аудиторию следует называть эффективностью, а результативность контактов с социальными институтами (уровень воздействия на принятие решений) определяется как действенность. Такое понимание результативности журналистской деятельности позволяет конкретизировать редакционную работу и соответствующим образом оценить итоги. Высокая эффективность и действенность способствуют формированию у аудитории доверия к СМИ, а в системе социальных институтов – повышению их авторитета, что является результатом качества работы журналистов. Прохоров Е.П. Введение в теорию журналистики. М.: Аспект Пресс, 2011.

Социологический мониторинг газеты «_____» за период с января по декабрь _____ г.

Тема: Действенная журналистика (на примере газеты _____)

Выполнили: _____

Журналистские материалы

Название материала	Ссылка или выходные данные	В чем выразилась результативность выступления

Редакционные проекты

Название проекта	Ссылка	В чем выразилась результативность деятельности редакции

Перечень вопросов к экзамену по курсу

1. Коммуникация как процесс. Социальные коммуникации. Массовые коммуникации. Типы, виды.
2. СМИ как важнейшая часть массовых коммуникаций. Специфика данного вида коммуникации.
3. Социология массовой коммуникации – предметная область социологии: функции данной науки, методология, объект, методы, типы исследований.
4. Динамика связей социологии с теорией и практикой массмедиа.
5. Социология и массовой коммуникации: общее и особенное.
6. Основные этапы развития социологических исследований массмедиа в мире.
7. История развития социологии СМИ в России.
8. Социология в работе редакции и медиаспециалиста.
9. Актуальная проблематика социологии массовой коммуникации, значение исследований для редакционной практики.
10. Объективные основания социальных функций СМИ как социального института.
11. Коммуникативная и социально-связующая роль СМИ. Функция социальной идентификации.
12. Информационная и социально-ориентирующая функции СМИ.
13. Функции социализации и ценностной ориентации.
14. Социально-креативная функция СМИ как канал социального участия (функция

форума, согласования интересов, роль в социальном управлении).

15. Социально-организующие функции СМИ (формирования и обеспечения жизнедеятельности социальных общностей).
16. СМИ и общественное мнение.
17. СМИ и гражданское общество.
18. Аудитория СМИ: понятие, потребности, интересы, мотивы, модели информационного поведения.
19. Традиционные и новые формы участия аудитории в формировании контента СМИ.
20. Социальная структура общества и аудитории.
21. Средний класс как аудитория СМИ.
22. Социологические исследования аудитории СМИ в России и за рубежом.
23. Медиаметрия – область исследования аудитории СМИ: фирмы, выборки, методы, стандартизированные показатели.
24. Аудиторные рейтинги: методика измерения, значение для редакционной практики.
25. Организация углубленного аудиторного исследования: этапы, программа, выборка, методики.
26. Качественные и количественные методы изучения аудитории (преимущества и недостатки, достоверность, надежность).
27. Стандартизированные опросы в медиаисследованиях (в т.ч. правила составления анкет).
28. Качественные методы в медиаисследованиях (фокус-группы и другие).
29. Прессовые и электронные опросы (требования к методике, проблема репрезентативности).
30. Современная аудитория российских СМИ в условиях разнообразия изданий и каналов, существования традиционных и новых медиа: общие и специфические черты и модели поведения.
31. Аудитория прессы.
32. Аудитория телевидения.
33. Аудитория радио.
34. Аудитория интернет-СМИ.
35. Интернет и возможности изучения аудитории СМИ: преимущества и ограничения.
36. Контент-анализ и его применение в социологии массовой коммуникации и редакционной практике.
37. Редакция и медиаспециалист как объект социологического изучения (задачи и результаты).
38. Социологическое обоснование при разработке и коррекции медиапроекта (издания, канала, программы, рубрики).
39. Социологический подход и социологическое знание в процессе подготовки журналистских материалов.
40. Правила работы с социологической информацией и представления её в СМИ.

Полный комплект оценочных материалов по дисциплине (модулю) (фонд оценочных средств) хранится в электронном виде на кафедре, утверждающей рабочую программу дисциплины (модуля), и в Центре мониторинга и аудита качества обучения.

7.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности

Контроль и отчётность по дисциплине осуществляется в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки знаний и умений студентов. Аттестация студентов

осуществляется также в соответствии с Положением о балльно-рейтинговой системе АГУ. Если промежуточная аттестация проводится в форме экзамена, то расчет общей оценки учебных достижений студента в семестре осуществляется так: текущая аттестация – 40 баллов, экзамен – 50 баллов, бонусы – 10 баллов (отсутствие пропусков занятий и лекций). Если промежуточная аттестация проводится в форме зачета, то расчет общей оценки учебных достижений студента в семестре осуществляется так: текущая аттестация – 90 баллов, бонусы – 10 баллов (отсутствие пропусков занятий и лекций).

В течение всего учебного года студентам нужно активно работать на практических занятиях, выполнять все задания, включая задания для самостоятельной работы, выполнять рейтинговые контрольные работы. Студент считается аттестованным по дисциплине при условии выполнения всех предусмотренных учебной программой видов текущего контроля.

Таблица 10. Технологическая карта рейтинговых баллов по дисциплине (модулю)

№ п/п	Контролируемые мероприятия	Количество мероприятий / баллы	Максимальное количество баллов (пример)	Срок представления
Основной блок				
1.	Устные ответы	10/2	20	По расписанию
2.	Выступления на семинарских занятиях	10/2	20	По расписанию
Всего			40	

№ п/п	Контролируемые мероприятия	Количество мероприятий / баллы	Максимальное количество баллов (пример)	Срок представления
Блок бонусов				
1.	Посещение занятий		5	По расписанию
2.	Своевременное выполнение всех заданий		5	По расписанию
Всего			10	
Дополнительный блок				
8.	Экзамен		50	
Всего			50	
ИТОГО			100	

Таблица 11. Система штрафов (для одного занятия)

Показатель	Балл
Опоздание на занятие	-1
Нарушение учебной дисциплины	-1
Неготовность к занятию	-1
Пропуск занятия без уважительной причины	-1

Таблица 12. Шкала перевода рейтинговых баллов в итоговую оценку за семестр по дисциплине (модулю)

Экзамен

Сумма баллов	Оценка по 4-балльной шкале
90–100	5 (отлично)
85–89	4 (хорошо)
75–84	

Сумма баллов	Оценка по 4-балльной шкале
65–69	3 (удовлетворительно)
60–64	
Ниже 60	2 (неудовлетворительно)
70–74	

При реализации дисциплины (модуля) в зависимости от уровня подготовленности обучающихся могут быть использованы иные формы, методы контроля и оценочные средства, исходя из конкретной ситуации.

8. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

8.1. Основная литература:

1. Социология журналистики: учеб. пособ. / под ред. С.Г. Корконосенко. – М.: Аспект Пресс, 2004. (
2. Фомичева И.Д. Социология СМИ. – 2-е изд.; испр. и доп. – М.: Аспект Пресс, 2012.
3. Фомичева И.Д. Индустрия рейтингов: Введение в медиаметрию : учебное пособие для студентов вузов [Электронный ресурс] / И. Д. Фомичева. - Москва : Аспект Пресс, 2004. - 155 с. – Режим доступа: <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN5756703497.html> (ЭБС «Консультант студента»).
4. Блохин И.Н. Социология журналистики: учебное пособие для студентов вузов [Электронный ресурс] / И.Н. Блохин и др. ; Под ред. С. Г. Корконосенко. - Москва : Аспект Пресс, 2004. - 318 с. – Режим доступа: <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN5756703330.html> (ЭБС «Консультант студента»).
5. Бакулев Г.П. Массовая коммуникация: Западные теории и концепции : учебное пособие для студентов вузов [Электронный ресурс] / Г. П. Бакулев. - Москва : Аспект Пресс, 2010. - 192 с. – Режим доступа: <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785756705645.html> (ЭБС «Консультант студента»).

8.2. Дополнительная литература:

1. Ахмадулин Е.В. Основы теории журналистики. М.; Ростов н/Д : МарТ, 2008. 320 с.
2. Штомпка П. Визуальная социология. Фотография как метод исследования [Электронный ресурс] / П. Штомпка; авт. вступ. ст. Н. Е. Покровский - Москва : Логос, 2017. 32 с. Режим доступа: <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN785987044926.html> (ЭБС «Консультант студента»).
3. Кириллова Н.Б. Медиасреда российской модернизации [Электронный ресурс] / Кириллова Н. Б. Москва : Академический Проект, 2020. 400 с. Режим доступа: <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785829126810.html> (ЭБС «Консультант студента»).
4. Кирия И.В. История и теория медиа : учебник для вузов [Электронный ресурс] / И. В. Кирия, А. А. Новикова. Москва: ИД Высшей школы экономики, 2018. Режим доступа: <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785759814887.html> (ЭБС

«Консультант студента»).

5. Корконосенко С.Г. Теория журналистики : моделирование и применение : учеб. пособие [Электронный ресурс] / С. Г. Корконосенко - Москва : Логос, 2015. - 248 с. – Режим доступа: <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785987044711.html> (ЭБС «Консультант студента»).

6. Прохоров Е.П. Введение в теорию журналистики : учебник для студентов вузов [Электронный ресурс] / Е. П. Прохоров. Москва: Аспект Пресс, 2011. 351 с. Режим доступа: <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785756706154.html> (ЭБС «Консультант студента»).

8.3. Интернет-ресурсы, необходимые для освоения дисциплины (модуля)

1. Электронно-библиотечная система (ЭБС) ООО «Политехресурс» «Консультант студента». www.studentlibrary.ru

9. МАТЕРИАЛЬНО–ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Для обеспечения данной дисциплины необходимы:

- оборудованные аудитории (специальная мебель и оргсредства);
- технические средства обучения;
- интерактивная доска;
- компьютеры (ОС Windows 7, 10);
- учебно-наглядные пособия: схемы, таблицы анализа.

10. ОСОБЕННОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) ПРИ ОБУЧЕНИИ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

Рабочая программа дисциплины (модуля) при необходимости может быть адаптирована для обучения (в том числе с применением дистанционных образовательных технологий) лиц с ограниченными возможностями здоровья, инвалидов. Для этого требуется заявление обучающихся, являющихся лицами с ограниченными возможностями здоровья, инвалидами, или их законных представителей и рекомендации психолого-медико-педагогической комиссии. Для инвалидов содержание рабочей программы дисциплины (модуля) может определяться также в соответствии с индивидуальной программой реабилитации инвалида (при наличии).

Для лиц с нарушением слуха возможно предоставление учебной информации в визуальной форме (краткий конспект лекций; тексты заданий, напечатанные увеличенным шрифтом), на аудиторных занятиях допускается присутствие ассистента, а также сурдопереводчиков и тифлосурдопереводчиков. Текущий контроль успеваемости осуществляется в письменной форме: обучающийся письменно отвечает на вопросы, письменно выполняет практические задания. Доклад (реферат) также может быть представлен в письменной форме, при этом требования к содержанию остаются теми же, а требования к качеству изложения материала (понятность, качество речи, взаимодействие с аудиторией и т. д.) заменяются на соответствующие требования, предъявляемые к письменным работам (качество оформления текста и списка литературы, грамотность, наличие иллюстрационных материалов и т. д.). Промежуточная аттестация для лиц с нарушениями слуха проводится в письменной форме, при этом используются общие критерии оценивания. При необходимости время подготовки к ответу может быть увеличено.

Для лиц с нарушением зрения допускается аудиальное предоставление информации, а также использование на аудиторных занятиях звукозаписывающих устройств (диктофонов

и т. д.). Допускается присутствие на занятиях ассистента (помощника), оказывающего обучающимся необходимую техническую помощь. Текущий контроль успеваемости осуществляется в устной форме. При проведении промежуточной аттестации для лиц с нарушением зрения тестирование может быть заменено на устное собеседование по вопросам.

Для лиц с ограниченными возможностями здоровья, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата, на аудиторных занятиях, а также при проведении процедур текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации могут быть предоставлены необходимые технические средства (персональный компьютер, ноутбук или другой гаджет); допускается присутствие ассистента (ассистентов), оказывающего обучающимся необходимую техническую помощь (занять рабочее место, передвигаться по аудитории, прочитать задание, оформить ответ, общаться с преподавателем).