

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

Кафедра социологии, философии и работы с молодежью

**«Утверждаю»**

Проректор по учебно-  
методической работе

\_\_\_\_\_ Ю.А. Устименко

«16» июня 2022 г.

**Рабочая программа дисциплины**  
**Б1.О.31 Социология журналистики и массовых коммуникаций**

Направление подготовки: **42.03.02 Журналистика**  
Направленность (профиль): **Периодическая печать**  
Форма обучения – очная  
Курс – 4  
Семестр – 7  
Всего зачетных единиц – 2; часов – 72  
Форма отчетности: зачет – 7 семестр

Программу разработал:  
Кандидат социологических наук, доцент Сухова Е.Е.

Одобрена на заседании кафедры социологии, философии и работы с молодежью  
«9» июня 2022 г., протокол № 8

И.о. заведующего кафедрой \_\_\_\_\_ О.А. Ивенкова

## 1. Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина Б1.О.31 Социология журналистики и массовых коммуникаций предназначена для студентов, обучающихся по направлению подготовки 42.03.02 Журналистика. Изучение дисциплины направлено на соединение представлений студентов об обществе и социальных процессах, полученных в ходе изучения курса общей социологии, с теоретическими знаниями по профессиональным дисциплинам «Основы теории журналистики», «Основы теории коммуникации», «Основы журналистской деятельности», «Система средств массовой информации» и др. В этой связи учебный курс «Социология журналистики» предлагается не ранее чем на третьем году обучения.

Построение учебного материала обусловлено междисциплинарным характером и широкой практической направленностью курса. Занятия проводятся в форме лекций и практических занятий. Усвоение материала обеспечивается за счет участия студентов в лекциях, работы на практических занятиях и подготовки к ним, выполнения практических заданий. Последние осуществляются студентами самостоятельно в рамках внеаудиторной самостоятельной работы и контролируются на практических занятиях. Выполнение тестовых заданий на заключительном практическом занятии позволяет выявить уровень освоения материала курса. Совокупность этих форм работы обеспечивает организацию и контроль как аудиторной, так и внеаудиторной работы студентов. Итоговый контроль проходит в форме зачета.

## 2. Планируемые результаты обучения по дисциплине

Компетенция	Индикаторы достижения
<b>УК-3.</b> Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	<b>Знать:</b> закономерности и принципы командообразования; методы построения команды; специфику эффективного взаимодействия в группе и командной работе; факторы, влияющие на эффективность командной и групповой работы; основы теории лидерства; основы управления поведением персонала. <b>Уметь:</b> планировать свою работу в команде; реализовывать свою роль в команде; осуществлять социальное взаимодействие. <b>Владеть:</b> методами анализа командных ролей и построения команды; навыками работы в команде; навыками социального взаимодействия; навыками реализации своей роли в команде; навыками использования основ управления поведением персонала.
<b>УК-5.</b> Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	<b>Знать:</b> закономерности, этапы и хронологические периоды исторического процесса, основные события и процессы мировой и отечественной истории; основополагающие понятия и термины исторической науки; особенности и основные характеристики межкультурного разнообразия общества, историческую обусловленность межкультурного разнообразия общества, социально-исторические, этические и философские контексты межкультурной коммуникации. <b>Уметь:</b> ориентироваться в мировом историческом процессе; анализировать процессы и явления, происходившие в обществе, выявлять причинноследственные связи и значение исторических событий; оценивать роль личности в истории; анализировать культурные традиции разных эпох и этнических общностей, понимать специфику межкультурных контактов в исторических, этнических и философских контекстах. <b>Владеть:</b> навыками самостоятельной работы с рекомендуемыми источниками и литературой; навыками анализа отдельных событий отечественной и всеобщей истории; навыками

	<p>межкультурного взаимодействия, терминологией философской науки, умением ориентироваться в этических и социальных коннотациях феноменов Философия История (история России, всеобщая история) Социология Культурология</p> <p>Профессиональная этика журналиста Социология журналистики и массовых коммуникаций Социальная проблематика в СМИ</p> <p>Диффамация в СМИ культуры</p>
<p><b>ОПК-7.</b> Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности</p>	<p><b>Знать:</b> цеховые (корпоративные) принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности.</p> <p><b>Уметь:</b> осуществлять поиск корректных творческих приемов при сборе, обработке и распространении информации в соответствии с общепринятыми стандартами и правилами профессии журналиста.</p> <p><b>Владеть:</b> общепринятыми стандартами и правилами профессии журналиста.</p>
<p><b>ПК-1.</b> Способен участвовать в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере журналистики</p>	<p><b>Знать:</b> об использовании творческих решений в рамках реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере журналистики.</p> <p><b>Уметь:</b> решать поставленные задачи при работе над индивидуальным и (или) коллективным проектом в сфере журналистики и нести ответственность за результат.</p> <p><b>Владеть:</b> приемами реализации журналистского проекта в рамках своих полномочий.</p>

### 3. Содержание дисциплины

#### Тема 1 «Социология журналистики как научная дисциплина»

Объект и предмет социологии журналистики. Структура социологии журналистики, ее функции и задачи. Двойственная природа социологии журналистики. Социология и журналистика: общее и особенное. Подходы к рассмотрению взаимосвязи социологии и журналистики. Предпосылки возникновения социологии журналистики, основные этапы ее становления. Проблемы и перспективы социологии журналистики. Особенности развития социологии журналистики в нашей стране.

#### Тема 2 «Массовые коммуникации в современном обществе»

Сущность и функции коммуникации. Специфика массовых коммуникаций. Формирование массового общества и массовые коммуникации. Функции массовых коммуникаций в современном обществе. Социология массовой коммуникации. Функциональный анализ СМИ. Массовая коммуникация и культура. СМИ и массовая культура. Идеологическое воздействие СМИ. Социализирующая функция СМИ, Методы эмпирических исследований массовых коммуникаций.

#### Тема 3 «Социологическое исследование в социологии журналистики»

Понятие и сущность социологического исследования. Значение социологических исследований в социологии журналистики. Виды социологического исследования. Организация и основные этапы исследования. Подготовка исследования. Сбор первичной социологической информации. Обработка и анализ социологических данных. Итоговые документы исследования. Программа исследования. Ее назначение и основные функции. Принципы разработки программы исследования. Методологический и методический разделы программы. Проблема и проблемная ситуация в социологии журналистики. Генеральная и выборочная совокупность. Репрезентативность выборки. Методика отбора выборочной совокупности. Виды и типы выборок.

#### Тема 4 «Аудитория СМИ как объект социологического исследования»

Понятие «аудитория». Типология аудитории СМИ. Характеристики аудитории радио, телевидения, печатных и сетевых СМИ. Социологическое исследование аудитории, его задачи и методы. Особенности использования качественных и количественных методов в аудиторных исследованиях. Организация редакционной исследовательской деятельности. Принципы сотрудничества редакций и журналистов с социологической организацией. Формулировка заказа.

#### **Тема 5 «Редакция и журналист как объекты социологии журналистики»**

Социологическая информация в работе журналистов и редакции. Социологические знания в процессе обоснования типа, концепции и программы издания и их реализации. Роль обратной связи для оптимизации работы журналистов и редакции. Факторы привлечения и удержания аудитории. Этапы развития социологических исследований редакций и журналистов в нашей стране. Направления исследований в 20-е годы XX в., в 60-е годы XX в., в 90-е годы XX в. Подходы к изучению редакции и журналистов. Социологические методы в изучении работы редакций (Паспорт редакции, наблюдение, эксперимент, анализ почты и звонков в редакцию, социометрия). Социально-демографические характеристики в профессии журналиста. Социологическое исследование журналистов. Специфика опроса в журналистском коллективе, процедура его проведения. Социопсихологические тестовые методики в изучении деятельности журналиста.

#### **Тема 6 «Контент-аналитическое исследование в социологии журналистики»**

Социологический анализ печатной и аудиовизуальной информации. Качественные и количественные методы изучения документов. Критерии систематизации информационных материалов. Унифицированные категории анализа СМИ. Специфика использования метода контент-анализа в журналистской практике и исследованиях СМИ. Контент-анализ в изучении редакционной почты, при исследовании работы редакций и журналистов. Компьютерный контент-анализ СМИ. Этапы проведения контент-аналитического исследования. Объект, предмет, цели и задачи исследования. Выделения категорий, подкатегорий анализа, единиц анализа и счета, сегментов текста. Кодификатор и бланк контент-анализа. Изменение частоты и объема внимания. Обработка, анализ и интерпретация данных.

#### **Тема 7 «Социология журналистики и общественное мнение»**

Общественное мнение как социальный институт. Социологические подходы к общественному мнению. Функции и структура общественного мнения. Закономерности формирования и функционирования общественного мнения. Факторы, средства и механизмы формирования общественного мнения. СМИ и манипулирование общественным мнением. Приемы и методы манипулирования общественным мнением. Изучение общественного мнения в социологии журналистики. Методы исследования общественного мнения. Исследования общественного мнения Дж. Гэллапа. Сетевые исследования общественного мнения.

#### **4. Тематический план**

№ п/п	Наименование темы	Всего (часов)	Аудиторные занятия		Самостоя- тельная работа
			Лекции	Практи- ческие	
1	Социология журналистики как научная дисциплина	6	2	2	2
2	Массовые коммуникации в современном обществе	8	4	0	4
3	Социологическое исследование в социологии журналистики	10	4	2	4
4	Аудитория СМИ как объект социологического исследования	12	2	4	6
5	Редакция и журналист как	14	2	4	8

	объекты социологии журналистики				
6	Контент-аналитическое исследование в социологии журналистики	14	2	4	8
7	Социология журналистики и общественное мнение	8	2	2	4
	<b>Итого</b>	<b>72</b>	<b>18</b>	<b>18</b>	<b>36</b>

## **5. Виды образовательной деятельности**

### **Занятия лекционного типа**

#### **Тема 1. Социология журналистики как научная дисциплина**

##### *План*

1. Возникновение и развитие социологического знания о журналистике в мировой и отечественной науке.
2. Социология и журналистика: общее и особенное.
3. Объект, предмет и функции социологии журналистики.

#### **Тема 2. Массовые коммуникации в современном обществе**

##### *План 2.1.*

1. Сущность и функции коммуникации. Специфика массовых коммуникаций.
2. Функции массовых коммуникаций в современном обществе.
3. Социология массовой коммуникации.

##### *План 2.2.*

1. Массовая коммуникация и культура.
2. СМИ и массовая культура.
3. Идеологическое воздействие СМИ.
4. Социализирующая функция СМИ.

#### **Тема 3. Социологическое исследование в социологии журналистики**

##### *План 3.1.*

1. Социологическое исследование и его виды.
2. Организация и основные этапы исследования.

##### *План 3.2.*

1. Программа социологического исследования.
2. Выборка как основа репрезентативности социологического исследования.

#### **Тема 4. Аудитория СМИ как объект социологического исследования**

##### *План*

1. Аудитория средств массовой информации.
2. Социологическое исследование аудитории СМИ.
3. Редакционная исследовательская деятельность аудитории СМИ.

#### **Тема 5. Редакция и журналист как объекты социологии журналистики**

##### *План*

1. Социологическая информация в работе журналистов и редакции.
2. История развития социологических исследований деятельности редакций и журналистов в нашей стране.

3. Социологические методы в изучении работы редакций.
4. Социологическое исследование журналистов. Опрос в редакции.

### **Тема 6. Контент-аналитическое исследование в социологии журналистики**

#### *План*

1. Социологический анализ печатной и аудиовизуальной информации.
2. Техника и процедуры контент-аналитического исследования.

### **Тема 7. Социология журналистики и общественное мнение**

#### *План*

1. Общественное мнение как социальный институт. Социологические подходы к общественному мнению.
2. Закономерности формирования и функционирования общественного мнения. Факторы, средства и механизмы формирования общественного мнения.

### **Занятия семинарского типа**

#### **Практическое занятие 1**

##### **Тема 1 «Социология журналистики как научная дисциплина»**

#### *План*

1. Возникновение и развитие социологического знания о журналистике в мировой и отечественной науке.
2. Социология и журналистика: общее и особенное.
3. Объект, предмет и функции социологии журналистики.

#### **Практическое занятие 2**

##### **Тема 3 «Социологическое исследование в социологии журналистики»**

#### *План*

1. Социологическое исследование и его виды.
2. Организация и основные этапы исследования.
3. Программа социологического исследования.

*Практическое задание № 1* «Программа социологического исследования “Изучение мнений читательской аудитории по одной из общественно значимых проблем”».

#### **Практическое занятие 3**

##### **Тема 4 «Аудитория СМИ как объект социологического исследования»**

#### *План*

1. Аудитория средств массовой информации.
2. Социологическое исследование аудитории СМИ.

#### **Практическое занятие 4**

##### **Тема 4 «Аудитория СМИ как объект социологического исследования»**

#### *План*

1. Возможности и ограничения интервью и анкетирования в изучении аудитории СМИ.
2. Редакционная исследовательская деятельность аудитории СМИ.

*Практическое задание № 2* «Инструментарий исследования. Методика составления анкеты для опроса читательской аудитории».

#### **Практическое занятие 5**

##### **Тема 5 «Редакция и журналист как объекты социологии журналистики»**

### *План*

1. Социологическая информация в работе журналистов и редакции.
2. История развития социологических исследований деятельности редакций и журналистов в нашей стране.

*Практическое задание № 3 «Методика проведения экспертного опроса при изучении редакций и журналистов».*

### **Практическое занятие 6**

#### **Тема 5 «Редакция и журналист как объекты социологии журналистики»**

### *План*

1. Социологические методы в изучении работы редакций.
2. Социологическое исследование журналистов. Опрос в редакции.

### *Практические задания*

*Практическое задание № 4 «Социологическое исследование редакций и журналистов».*

### **Практическое занятие 7**

#### **Тема 6 «Контент-аналитическое исследование в социологии журналистики»**

### *План*

1. Социологический анализ печатной и аудиовизуальной информации.
2. Техника и процедуры контент-аналитического исследования.

*Практическое задание № 6 «Контент-аналитическое исследование в изучении работы редакций» (1-2)*

### **Практическое занятие 8**

#### **Тема 6 «Контент-аналитическое исследование в социологии журналистики»**

### *План*

1. Представление результатов выполнения практического задания № 6 (1-2)
2. Работа над таблицей контент-анализа (п 6.3. практического задания № 6)

*Практическое задание № 6 «Контент-аналитическое исследование в изучении работы редакций» (4-7)*

### **Практическое занятие 9**

#### **Тема 6 «Социология журналистики и общественное мнение»**

### *План*

1. Общественное мнение как социальный институт. Функции и структура общественного мнения.
2. СМИ и манипулирование общественным мнением.
3. Изучение общественного мнения и социология журналистики.

### **Самостоятельная работа**

#### **Задание 1**

**Программа социологического исследования «Изучение мнений читательской аудитории по одной из общественно значимых проблем»**

#### *Этапы работы*

1. *Разработка методологической части программы*

- 1.1. Выбрать тему социологического исследования.
  - 1.2. Обосновать проблемную ситуацию и сформулировать проблему исследования.
  - 1.3. Определить объект и предмет исследования.
  - 1.4. Сформулировать цели и задачи исследования.
  - 1.5. Выделить основные (ключевые) понятия, провести их логический анализ (интерпретацию и операционализацию).
  - 1.6. Сформулировать гипотезы исследования.
2. *Разработка методической части программы*
- Определить обследуемую совокупность.
- Опираясь на методологическую часть и выборочную совокупность, выбрать метод сбора первичной социологической информации.
- Обосновать и охарактеризовать метод и приемы сбора первичной социальной информации.
- Составить рабочий план исследования.
3. *Оформление программы социологического исследования*

## **Задание 2**

### **Инструментарий исследования. Методика составления анкеты для опроса читательской аудитории**

#### **Этапы работы**

1. *Конструирование опросника*
  - 1.1. Составить обращение к респонденту, включающее:
    - название организации, проводящей опрос;
    - название темы опроса;
    - краткое изложение цели исследования;
    - краткое изложение правил заполнения анкеты.
  - 1.2. Сформулировать вопросы анкеты:
    - вопросы-фильтры;
    - функционально-психологические вопросы;
    - содержательные (результативные) вопросы;
    - контрольные вопросы;
    - открытые, закрытые, шкальные вопросы;
    - «паспортичка».
2. *Определение логической последовательности вопросов анкеты.*
3. *Оформление анкеты.*
4. *Апробация составленной анкеты с точки зрения*
  - полноты охвата изучаемой проблемы;
  - логики построения;



- четкости и однозначности составления вопросов анкеты.

#### 5. *Пилотаж*

5.1. Провести пилотаж на небольшом массиве (в группе студентов) и / или

5.2. Провести совместное обсуждение вопросника в группе студентов.

6. *Оформление анкеты, опросного листа и карточек для опроса.*

### **Задание 3**

#### **Методика проведения экспертного опроса при изучении редакций и журналистов**

##### **Этапы работы**

1. *Составление программы исследования.*

2. *Проведение отбора экспертов методом самооценки*

2.1. Подготовить карточки для кандидатов в эксперты.

2.2. Провести опрос кандидатов в эксперты.

2.3. Вычислить коэффициент уровня компетентности кандидата в эксперты и определить предварительный состав экспертов.

3. *Проведение отбора экспертов методом взаимной оценки*

3.1. Подготовить карточки для кандидатов в эксперты.

3.2. Опросить кандидатов в эксперты.

3.3. Обработать полученные данные:

- составить таблицу взаимных оценок;
- составить таблицу уточненных взаимных оценок (определить суммарную оценку и ранговую оценку компетентности).

3.4. Определить состав экспертов.

4. *Конструирование анкеты (бланка-интервью) для опроса экспертов*

4.1. Составить обращение к эксперту, включающее:

- название темы опроса;
- краткое изложение цели исследования;
- краткое изложение правил заполнения анкеты.

4.2. Сформулировать вопросы анкеты для эксперта:

- содержательные (результативные) вопросы;
- шкальные, открытые вопросы;
- «паспортичка».

5. *Проведение опроса экспертов.*

6. *Обработка данных экспертного опроса.*

7. *Составление отчета о проведенном исследовании, включающего анализ данных экспертного опроса, выводы и рекомендации.*

## **Задание 4**

### **Социологическое исследование редакций и журналистов**

#### **Этапы работы**

1. *Составление программы исследования.*
2. *Разработка анкеты для опроса журналистов одной из редакций г. Смоленска.*
3. *Проведение анкетирования*
  - 3.1. Встреча информационно-мотивировочного характера с редактором или его заместителями.
  - 3.2. Раздача и сбор анкет.
  - 3.3. Проверка анкет и «дособеседование» (по мере необходимости).
4. *Обработка полученных данных.*
5. *Составление Паспорта редакции* (название, тип издания, адрес, периодичность, объем, формат, цветность, формы печати, структура редакции, перечень отделов и служб, наличие и объем рекламы, наиболее устойчивые рубрики).
6. *Подготовка и представление отчета исследования*, включающего анализ результатов опроса журналистов и Паспорта редакции.

## **Задание 5**

### **Социометрическое исследование коллектива редакции**

#### **Этапы работы**

1. *Социометрический опрос*
  - 1.1. Составить вопросник, включив в него коммуникативный, гностический, официальный и неофициальный дихотомические критерии.
  - 1.2. Провести опроса коллектива редакции.
2. *Построение социоматриц*
  - 2.1. Построить социоматрицы (желательно для каждого критерия отдельно).
  - 2.2. Просчитать сумму отданных и полученных выборов.
3. *Построение социограмм* (круговых социограмм (желательно для каждого критерия отдельно), а также социограмм «мишень», «звезда», «цепь» и «гроздь»).
4. *Анализ социограмм*
  - 4.1. Выделить диады, триады, тетрады и определить количество подгрупп и их взаимосвязи.
  - 4.2. На основе построенных социограмм сделать выводы о наличии лидера/ов и отверженного/ых.
  - 4.3. Провести анализ построенных социограмм.
5. *Вычисление индексов*
  - 5.1. Вычислить индивидуальные индексы.
  - 5.2. Дать оценку соотношения ожидаемых и полученных выборов в группе.
  - 5.3. Выделить групповые несовпадения ожидаемых и полученных выборов у членов группы.
  - 5.4. Подсчитать групповые индексы: взаимности выборов, положительной экспансивности; вычислить индексы групповой сплоченности и групповой разобщенности.

6. *Подготовка отчета*, включающего выводы по результатам исследования, локограмму (по мере необходимости) и рекомендации по улучшению делового, творческого и психологического микроклимата в коллективе редакции.

Примечание. Матрицы, социограммы и индексы должны иметь название и краткий комментарий.

## **Задание 6**

### **Контент-аналитическое исследование в изучении работы редакций**

(исследование проводится в группах по 3-4 человека)

#### **Этапы работы**

#### **1. Составление программы исследования**

1.1. Выбрать печатное издание, теле- или радиопередачу.

1.2. Определить тему исследования.

1.3. Сформулировать задачи исследования (общая для всех групп цель исследования состоит в определении частоты и объема внимания к выбранной тематике в материалах печатных изданий или электронных СМИ).

1.4. Выделить ключевые понятия.

1.5. Провести отбор документов (сплошная, случайная или направленная выборка, например, каждый второй номер журнала за определенный период).

#### **2. Составление таблицы контент-анализа** (осуществляется каждым членом группы индивидуально)

2.1. Определить категории анализа.

2.2. Установить единицы анализа.

#### **3. Работа над таблицей контент-анализа в группе**

3.1. Обсудить индивидуально составленные варианты таблицы контент-анализа в группе.

3.2. Составить общую таблицу контент-анализа.

3.3. Составить бланк кодировки (кодировальную карточку).

3.4. Провести пилотажное кодирование одного из источников.

3.5. Осуществить корректировку категориальной сетки контент-анализа (по мере необходимости).

3.6. Определить единицы счета.

#### **4. Кодировка документов**

4.1. В рамках самостоятельной внеаудиторной работы провести кодировку документов, вошедших в выборку (осуществляется индивидуально).

4.2. Провести контроль полноты и правильности заполнения бланка кодировки (осуществляется одним из членов группы или студентом из другой группы).

#### **5. Обработка полученных данных**

5.1. Зафиксировать частоту появления признака в документе.

5.2. Вычислить объем внимания к исследуемой тематике в отобранных документах.

#### **6. Анализ результатов контент-анализа.**

7. *Составление отчета*, включающего графическое оформление данных исследования (в виде таблиц, гистограмм и графиков).

Примечание. К отчету о выполненном исследовании необходимо приложить проанализированные документы (журналы, газеты и т.п.).

## **6. Критерии и показатели оценивания результатов освоения дисциплины**

### **6.1. Оценочные средства и критерии оценивания для текущей аттестации**

Текущий контроль осуществляется путем оценки работы студента на занятиях лекционного и семинарского типа, а также оценки выполнения практических заданий.

### 1) Выполнение заданий для самостоятельной работы

Задания выполняются в рамках самостоятельной работы и проверяются на практических занятиях.

#### Шкала оценивания заданий для самостоятельной работы

Ответы на задания для самостоятельной работы должны быть полными, четкими, небольшими по объему. Проверяются на практических занятиях. Общая оценка за выполнение заданий в течение семестра выставляется на последнем занятии.

Письменные ответы на проблемные вопросы оцениваются по десятибалльной шкале:

Правильно выполнены все задания. Выполненные задания отличаются глубиной проработки, развернутым изложением, высоким качеством аргументации, творческим подходом, высокой мотивацией к профессиональной деятельности.	10 баллов
Правильно выполнено более 50% заданий. Выполненные задания отличаются глубиной проработки, развернутым изложением, высоким качеством аргументации, творческим подходом, высокой мотивацией к профессиональной деятельности.	7 баллов
Правильно выполнено более 50-100% заданий. Выполненные задания носят формальный характер, отличаются поверхностной аргументацией, низкой мотивацией к профессиональной деятельности.	5 баллов
Правильно выполнено менее 50% заданий. Выполненные задания носят формальный характер, отличаются поверхностной аргументацией, низкой мотивацией к профессиональной деятельности.	0 баллов

## 2) Тестовые задания

### Примерные тестовые задания

1. Основная функция массовой коммуникации состоит в	1.1. Отражении существующих в обществе образов мира и моделей поведения
	1.2. Формировании образов мира и моделей поведения, необходимых действующей власти
	1.3. Одновременном выполнении обеих ролей
2. Кто является автором коммуникативной цепи?	2.1. О. Конт
	2.2. Г. Лассуэлл
	2.3. Г. Зиммель
3. Расположите в правильном порядке элементы коммуникативной цепи	3.1. Получатель
	3.2. Сообщение
	3.3. Источник
	3.4. Канал

4. Как формируется общественное мнение?	4.1 Стихийно
	4.2. В результате целенаправленного воздействия
	4.3. В результате сочетания стихийных процессов и целенаправленного воздействия
5. Когда и в связи с какими процессами в истории человечества возникает явление общественного мнения?	5.1. В середине XV века после изобретения Гутенбергом печатного станка
	5.2. В конце XIX века с появлением газет и журналов, рассчитанных на массового читателя
	5.3. В середине XX века с появлением телевидения
6. Какие из названных центров изучения общественного мнения основаны в России?	6.1. Гэллага
	6.2. РОМИР
	6.3. Центр-Левада
	6.4. ЦЕССИ
7. Спираль молчания – это	7.1. Способ заставить людей молчать
	7.2. Механизм превращения меньшинства в большинство
	7.3. Возможность высказаться молчаливому большинству
8. В социожурналистике журналист и редактор являются	8.1. Объектами изучения социологов
	8.2. Активными исследователями-практиками
9. Автором теории «журналистских очков» является	9.1. П. Бурдьё
	9.2. С.Г. Корконосенко
	9.3. П. Сорокин
	9.4. О. Конт
10. Выборочная совокупность – это	10.1. Увеличенная копия генеральной совокупности
	10.2. Уменьшенная копия генеральной совокупности
	10.3. Равная генеральной совокупности
11. Кого относить к генеральной совокупности, определяют	11.1. Математические методы
	11.2. Цели и задачи исследования
	11.3. Программа исследования
	11.4. Стратификация
12. Свойство выборки отражать основные характеристики генеральной совокупности называется	12.1. Социальной стратификацией
	12.2. Операционализацией
	12.3. Репрезентативностью
	12.4. Институционализацией
13. Контент-анализ – это	13.1. Метод опроса населения
	13.2. Метод анализа документов
	13.3. Разновидность наблюдения

	13.4. Разновидность эксперимента
14. Характер межличностных отношений в журналистском коллективе изучается с помощью	14.1. Контент-анализа
	14.2. Нарративного интервью
	14.3. Почтового опроса
	14.4. Социометрии
15. Дневник самохронометража используется при изучении	15.1. Аудитории СМИ
	15.2. Коллектива редакции
	15.3. Аудитории СМИ и коллектива редакции
16. Какие можно выделить характеристики массовой аудитории?	16.1. Образованность
	16.2. Динамичность
	16.3. Гетерогенность
	16.4. Сознательность
	16.5. Спонтанность
	16.6. Анонимность
	16.7. Рассредоточенность
17. Аудиторией СМИ является	17.1. Потенциальная
	17.2. Реальная
	17.3. Специализированная
	17.4. Целевая
	17.5. Все перечисленное

### Шкала оценивания тестовых заданий

Итоговый балл обучающегося за выполнение теста определяется путем суммирования верно выполненных заданий. Сформированность компетенций оценивается положительно, если значение итогового балла превышает 50% (не менее девяти правильно выполненных заданий).

### 6.2. Оценочные средства и критерии оценивания для промежуточной аттестации

**Промежуточный контроль** по дисциплине – зачет (в седьмом семестре) выставляется исходя из оценки работы студента в течение семестра.

Интегральные рейтинговые показатели формируются на основе суммирования оценки знаний студента по изучаемой дисциплине в течение семестра (блок 1), по итогам результатов самостоятельной работы (блок 2) и оценки социальных характеристик студента (блок 3). При этом устанавливаются следующие их параметры:

Процент, оценка	Описание параметра
Блок 1. Оценка знаний студента в течение семестра	
40% Отлично	Высокая активность на каждом практическом занятии. Содержание ответов основано на глубоком знании основной и дополнительной литературы. Ответы изложены логично, аргументировано, в полном объеме. Основные понятия, выводы и обобщения сформулированы определенно и доказательно.
30% Хорошо	Средняя активность на каждом практическом занятии или высокая активность не менее, чем на 50% занятий. Ответы основаны на твердом знании основной литературы (возможны недостатки в систематизации или в обобщении материала, неточности в выводах). Ответы показывают твердое знание основных положений учебной дисциплины. Теоретические знания увязаны с практической действительностью.
20%	Низкая активность на каждом практическом занятии (или

Удовлетворительно	высокая/средняя активность менее чем на 50% занятий). Ответы показывают значительные пробелы в усвоении материала. Изложение материала не систематизировано, выводы слабо аргументированы. В изложении и выводах допущены ошибки. Трудности в определении связи теоретических знаний с практической деятельностью.
<b>Блок 2. Оценка знаний студента по итогам письменных работ (выполнение заданий для самостоятельной работы, подготовка рефератов)</b>	
50% Отлично	Общая оценка за выполнение практических заданий – 10 баллов. В течение семестра выполнены все практические задания.
40% Хорошо	Общая оценка за выполнение практических заданий – 7 баллов В течение семестра подготовлено 70% всех заданий.
30% Удовлетворительно	Общая оценка за выполнение практических заданий – 5 баллов В течение семестра подготовлено 50% всех заданий.
<b>Блок 3. Оценка социальных характеристик студента</b>	
10% Отлично	Посещаемость занятий систематическая. Работа над заданиями активная. Своевременная сдача работ. Прилежание и трудолюбие высокое. Общая эрудиция высокая. Включенность в работу на занятии постоянная
5% Хорошо	Посещаемость занятий нерегулярная. Работа над заданиями пассивная. Сдача работ несвоевременная. Прилежание и трудолюбие на среднем уровне или эпизодическое. Общая эрудиция средняя. Включенность в работу на занятии непостоянная
3% Удовлетворительно	Посещаемость занятий не посещает более половины занятий. Работа над самостоятельными заданиями – выполняет редко. Сдача работ несвоевременная или не осуществляется. Прилежание и трудолюбие – иногда. Общая эрудиция – ниже среднего. Включенность в работу на занятии – почти отсутствует

По итогам изучения дисциплины студент получает оценку согласно следующей таблицы:

Оценка	Рейтинговая оценка, %
Зачтено	60–100
Не зачтено	Менее 60

## 7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы

### 7.1. Основная литература

1. Корконосенко, С. Г. Социология журналистики : учебник для бакалавров / С. Г. Корконосенко ; ответственный редактор С. Г. Корконосенко. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 421 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-2275-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/508913> (дата обращения: 04.07.2022).
2. Свитич, Л. Г. Социология журналистики : учебник для вузов / Л. Г. Свитич. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 397 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00396-3. —

Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489543> (дата обращения: 04.07.2022).

3. Касьянов, В. В. Социология массовой коммуникации : учебник для академического бакалавриата / В. В. Касьянов. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 221 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-09602-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/438740> (дата обращения: 04.07.2022).

## 7.2. Дополнительная литература

1. Белоусова Н.Ш. Внешние факторы, влияющие на выражение авторской позиции журналистом // Вестник Челябинского государственного университета. — 2013. — № 35. — С. 15-18. — Режим доступа: <http://e.lanbook.com/journal/issue/290030>.
2. Зорин К.А. Сравнительный анализ ценностных представлений журналистов, рекламистов и специалистов по связям с общественностью. // Вестник Красноярского государственного педагогического университета им. В.П. Астафьева. — 2011. — № 2. — С. 174-179. — Режим доступа: <http://e.lanbook.com/journal/issue/294798>.
3. Макаркина Л.Н. Этническая составляющая образования журналиста и ее влияние на эффективность деятельности национального вещания (на примере телекомпании «ТелеСеть Мордовии» (10 канал)) // Интеграция образования. — 2010. — №2. — С. 75-79. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/reader/journalArticle/82697/#1>.
4. Михайлов Н. Век "Журналиста". Наше досье к 100-летию журнала // Журналист. — 2013. — № 1. — С. 87-89.
5. Некрасов Н.А. Журналист-руководитель. — СПб.: Лань, 2013. — Режим доступа: <http://e.lanbook.com/book/15923>.
6. Оганян К.М. Методология и методы социологического исследования: учебник для академического бакалавриата. — 3-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2016. — 288 с. — Режим доступа: <https://www.biblio-online.ru/book/4C1A5D1E-2E8F-45B1-B302-DFFA2B210ECE>.
7. Распопова С.С. Технология работы журналиста над интерактивными текстами // Вестник Челябинского государственного университета. — 2013. — №14. — С. 140-142. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/reader/journalArticle/77915/#1>.
8. Резепова Н.В. Интеграционный подход к дискурсивному анализу структуры и тематики радиотекстов (в контексте подготовки журналистов) // Интеграция образования. — 2011. — № 4. — С. 112-115. — Режим доступа: <http://e.lanbook.com/journal/issue/286146>.
9. Сарасов Е.А. Профессиональная деятельность журналиста: аспекты информационной безопасности // Вестник Челябинского государственного университета. — 2013. — № 22. — С. 131-134. — Режим доступа: <http://e.lanbook.com/journal/issue/289819>.
10. Федотова Л.Н. Социология массовых коммуникаций. Теория и практика. 5-е изд., пер. и доп.: учебник для бакалавров. — М.: Издательство Юрайт, 2017. — 603 с. — Режим доступа: <https://www.biblio-online.ru/viewer/A5683ECE-E3BA-4D22-8C86-6E44EE1389BB>.
11. Фомичева И. Д. Социология СМИ: Учеб. пособие для студентов вузов / И. Д. Фомичева. — М.: Аспект Пресс, 2007. — 335 с.
12. Яценко Е.Ф. Структура методов воздействия журналистов на сознание людей, используемых на страницах периодических изданий. // Вестник Южно-Уральского государственного университета. Серия: Лингвистика. — 2013. — № 1. — С. 44-49. — Режим доступа: <http://e.lanbook.com/journal/issue/296760>.

## 7.3. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

### 1. Сайты базовых академических структур

1. Отделение Российской Академии наук (ОФСПП): [http://www.ras.ru/win/db/show\\_org.asp?P=oi-852.ln-ru](http://www.ras.ru/win/db/show_org.asp?P=oi-852.ln-ru)
2. Институт социологии РАН: <https://www.isras.ru/>.
3. Институт социально-политических исследований: <https://испи.рф/>



## *II. Сайты аналитических организаций:*

1. Фонд «Общественное мнение»: <http://www.fom.ru>.
2. Всероссийский центр изучения общественного мнения (ВЦИОМ): <http://www.wciom.ru>.
3. Московский общественный научный фонд: <https://spark-interfax.ru/moskva-basmanny/of-moskovski-obshchestvenny-nauchny-inn-7701019010-ogrn-1037739233234-6906d96b6755226ae0531b9aa8c04bb6>.
4. Центр независимых социологических исследований: <http://cizr.ru/about.html>
5. Исследовательская группа РОМИР, независимая социологическая компания : <http://romir.ru/>
6. Портал российской прикладной социологии: <http://www.sociologos.ru/>.
7. Федеральный образовательный портал «Экономика. Социологии. Менеджмент»: [ecsocman.hse.ru](http://ecsocman.hse.ru).
8. GfK Market Research Russia, Институт маркетинговых и социологических исследований: <https://www.insomar.ru/>

## *III. Профессиональные базы данных*

1. База данных ФОМ (Группа ФОМ «Фонд Общественное Мнение»): Режим доступа: <http://fom.ru/search#q=&from=&to=>
2. База социологических данных ВЦИОМ (Всероссийский центр изучения общественного мнения): Режим доступа: <https://old.wciom.ru/>
3. Индикаторы и Аналитика Левада-Центра (Аналитический центр Юрия Левада): Режим доступа: Индикаторы - <https://www.levada.ru/indikatory/odobrenie-organov-vlasti/>; Аналитика - <https://www.levada.ru/category/analitika/>
4. Romir Scan Panel и Аналитика (Исследовательский холдинг Ромир): Режим доступа: Romir Scan Panel - [http://romir.ru/market/panel\\_research/](http://romir.ru/market/panel_research/); Аналитика - <http://romir.ru/studies/>
5. База социологических данных Gallup World Poll (Институт Гэллага, США): Режим доступа: <http://www.gallup.com/services/170945/worldpoll.aspx>
6. База социологических данных IfD Allensbach (Институт демоскопии в Алленсбахе, Германия): Режим доступа. URL: <https://www.ifd-allensbach.de/studien-und-berichte/uebersicht.html>
7. База социологических данных ALLBUS-GENESIS. Режим доступа. URL: [https://search.gesis.org/?source={\"query\":{\"bool\":{\"must\":{\"query\\_string\":{\"query\":\"Forschungsdaten\",\"default\\_operator\":\"AND\"}}},\"filter\":{\"term\":{\"type\":\"research\\_data\"}},\"match\":{\"gesis\\_own\":1}}}},\"highlight\":{\"fields\":{\"\\*\":{\"require\\_field\\_match\":false}}}}](https://search.gesis.org/?source={\)
8. База социологических данных «Евробарометр» (Европейская комиссия). Режим доступа. URL: <http://ec.europa.eu/COMMFrontOffice/publicopinion/index.cfm>
9. База социологических данных «Евразийский монитор». Режим доступа. URL: <http://eurasiamonitor.org/issliedovaniia>

## *IV. Электронные библиотеки*

1. Российская Государственная Библиотека. URL: <http://www.rsl.ru/>
2. Научная электронная библиотека. URL: <https://www.elibrary.ru/defaultx.asp>
3. Юридическая электронная библиотека URL: <http://www.pravo.eup.ru>
4. Электронная библиотека – Социология, Психология, Управление. Режим доступа URL: <http://soc.lib.ru/>
5. Электронная библиотечная система «ЭБС ЮРАЙТ», Договор № 3074 от 15.11.2017, ежегодное обновление <https://urait.ru/>

## **8. Материально-техническая база**

Учебная аудитория для проведения занятий лекционного и семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оснащенная следующим оборудованием: стандартная учебная мебель (34 учебных посадочных места), стол и стул для преподавателя – по 1 шт., кафедра для лектора – 1 шт., доска настенная

трехэлементная – 1 шт., переносной настенный экран – 1 шт., мультимедиапроектор BenQ – 1 шт., ноутбук Lenovo – 1 шт., колонки Genius – 1 шт.

Помещение для самостоятельной работы: ауд. 507 (компьютерный класс), оснащенная следующим оборудованием: компьютерный студенческий стол – 15 шт., компьютерный стол для преподавателя – 1 шт., монитор Acer – 16 шт., системный блок Kraftway – 16 шт., принтер Canon – 1 шт., проектор InFokus – 1 шт., интерактивная доска сенсорная SMART Board – 1 шт., стандартная учебная мебель (40 учебных посадочных мест), стол и стул для преподавателя – по 1 шт., кафедра для лектора – 1 шт., доска настенная трехэлементная – 1 шт.

## **9. Программное обеспечение**

### **Лицензионное программное обеспечение**

Dr.Web Server/Desktop Security Suite, Лицензия EE4E-QN5S-6FG2-N76B, ежегодное обновление  
Microsoft Open License (Windows XP, 7, 8, 10, Server, Office 2003-2016),  
Лицензия 66920993 от 24.05.2016, ежегодное обновление.

Microsoft Open License (Windows XP, 7, 8, 10, Server, Office 2003-2016),  
Лицензия 66975477 от 03.06.2016, ежегодное обновление.

Kaspersky Endpoint Security для бизнеса – Стандартный, Лицензия 1FB6151216081242,  
ежегодное обновление.

### **Электронные библиотечные системы и электронная информационно-образовательная среда**

Электронная библиотечная система «ЭБС ЮРАЙТ», Договор № 3074 от 15.11.2017,  
ежегодное обновление.

СДО Русский Moodle 3KL Norm с техническим обслуживанием, Акт на передачу прав  
№УТДЮ0001785 от 06.12.2016, ежегодное обновление.

**ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН  
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ**

**Сертификат: 6314D932A1EC8352F4BBFDEFD0AA3F30  
Владелец: Артеменков Михаил Николаевич  
Действителен: с 21.09.2022 до 15.12.2023**