

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное учреждение
высшего профессионального образования
"Казанский (Приволжский) федеральный университет"
Отделение массовых коммуникаций



подписано электронно-цифровой подписью

Программа дисциплины
Социология журналистики БЗ.Б.17

Направление подготовки: 031300.62 - Журналистика

Профиль подготовки: Телевидение

Квалификация выпускника: бакалавр

Форма обучения: очное

Язык обучения: русский

Автор(ы):

Шайхитдинова С.К. , нет

Рецензент(ы):

Туманов Д.В. , нет

СОГЛАСОВАНО:

Заведующий(ая) кафедрой: Шайхитдинова С. К.

Протокол заседания кафедры No ___ от "___" _____ 201__ г

Учебно-методическая комиссия Института социально-философских наук и массовых коммуникаций (отделение массовых коммуникаций):

Протокол заседания УМК No ___ от "___" _____ 201__ г

Регистрационный No 941838014

Казань
2014

Содержание

1. Цели освоения дисциплины
2. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы
3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины /модуля
4. Структура и содержание дисциплины/ модуля
5. Образовательные технологии, включая интерактивные формы обучения
6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов
7. Литература
8. Интернет-ресурсы
9. Материально-техническое обеспечение дисциплины/модуля согласно утвержденному учебному плану

Программу дисциплины разработал(а)(и) заведующий кафедрой, д.н. (профессор) Шайхитдинова С.К. Кафедра журналистики Отделение массовых коммуникаций, Svetlana.Shayhitdinova@kpfu.ru ; нет

1. Цели освоения дисциплины

Социология журналистики готовит бакалавра

- к авторской деятельности (учет типологической специфики СМИ при создании материалов)
- к проектно-аналитической деятельности (участие в разработке и коррекции концепции СМИ, определении их формата, в программировании, планировании редакционной деятельности и анализе ее результатов, разработка авторских проектов, планирование своей собственной работы).
- к социально-организаторской деятельности (поиск своей аудитории; обеспечение баланса интересов и мнений в контенте СМИ; работа с редакционной почтой; участие в организации "внетекстовых" редакционных акций, социальных проектов (общественно-политических, экологических, благотворительных, развлекательных и т.д.); Сформировать основы социологической грамотности и культуры будущего работника массовых коммуникаций).

2. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы высшего профессионального образования

Данная учебная дисциплина включена в раздел " Б3.Б.17 Профессиональный" основной образовательной программы 031300.62 Журналистика и относится к базовой (общепрофессиональной) части. Осваивается на 3 курсе, 6 семестр.

Социология журналистики рассчитана на студента, уже освоившего навыки работа журналиста в течение двух летних и шести семестровых практик; получившего первоначальные знания о типах СМИ, их роли в жизни общества; освоившего общее понимание социологического подхода, предмета и методологии социологической науки в рамках дисциплины "Социология".

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины /модуля

В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции:

Шифр компетенции	Расшифровка приобретаемой компетенции
ОК-14 (общекультурные компетенции)	способность использовать знания в области социальных и экономических наук (социология, политология, психология, социальная психология, правоведение, экономика) для понимания принципов функционирования современного общества, социальных, экономических, правовых, политических, психологических механизмов и регуляторов общественных процессов и отношений, способность анализировать социально-значимые проблемы и процессы, умение использовать полученные знания в контексте своей социальной и профессиональной деятельности
ПК-14 (профессиональные компетенции)	ориентация в актуальных проблемах страны, важнейших направлениях ее развития, знание основных тенденций формирования социальной структуры современного общества (особенностей процесса стратификации), представление о составе населения России
ПК-15 (профессиональные компетенции)	понимание роли аудитории в процессе потребления и производства массовой информации, представление об основных характеристиках аудитории современных российских СМИ, знание основных методов её изучения

Шифр компетенции	Расшифровка приобретаемой компетенции
ПК-16 (профессиональные компетенции)	понимание социального смысла участия различных сегментов общества в функционировании СМИ, знание основных форм организации общественного участия; понимание природы и роли общественного мнения, представление об основных методах изучения и взаимодействия с ним, знание правил использования результатов опросов общественного мнения в редакционной работе и журналистских публикациях
ПК-43 (профессиональные компетенции)	осуществлять селекцию, редактирование, компоновку, перепакетирование и ретрансляцию информации, получаемой из Интернета или поступающей от информационных агентств, других СМИ, органов управления, служб изучения общественного мнения, РК- и рекламных агентств, аудитории
ПК-44 (профессиональные компетенции)	осуществлять сбор, анализ предварительной информации, необходимой для разработки медиапроекта
ПК-45 (профессиональные компетенции)	участвовать в разработке и коррекции концепции СМИ (издания, канала, передачи), его модели, формата, разрабатывать авторский медиапроект
ПК-50 (профессиональные компетенции)	привлекать к сотрудничеству со СМИ представителей различных сегментов общества (слоев и групп населения, экспертов, работников государственных и общественных организаций) для обеспечения баланса интересов и мнений в контенте СМИ
ПК-52 (профессиональные компетенции)	работать с редакционной почтой (анализ, отбор, подготовка к публикации)
ПК-53 (профессиональные компетенции)	принимать участие в организации социально значимых информационно-коммуникативных акций (общественных обсуждений, дискуссий, дебатов и т.п.)
ПК-55 (профессиональные компетенции)	организовывать интерактивное общение со своей аудиторией в разных формах, устанавливать коммуникативно-информационные связи, используя различные медийные средства и новейшие технологии

В результате освоения дисциплины студент:

1. должен знать:

отличие социологического подхода к журналистской деятельности от других подходов (психологического, филологического)

2. должен уметь:

Ориентироваться в социальных процессах, понимать роль и место средств массовой информации в них

3. должен владеть:

навыком социологического анализа средств массовой информации, работы журналиста, социальных качеств аудитории, навыком эмпирического изучения этих феноменов

4. должен демонстрировать способность и готовность:
 моделирования источника информации - его тематики и потенциальных потребителей

4. Структура и содержание дисциплины/ модуля

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетных(ые) единиц(ы) 72 часа(ов).

Форма промежуточного контроля дисциплины зачет в 6 семестре.

Суммарно по дисциплине можно получить 100 баллов, из них текущая работа оценивается в 50 баллов, итоговая форма контроля - в 50 баллов. Минимальное количество для допуска к зачету 28 баллов.

86 баллов и более - "отлично" (отл.);

71-85 баллов - "хорошо" (хор.);

55-70 баллов - "удовлетворительно" (удов.);

54 балла и менее - "неудовлетворительно" (неуд.).

4.1 Структура и содержание аудиторной работы по дисциплине/ модулю

Тематический план дисциплины/модуля

N	Раздел Дисциплины/ Модуля	Семестр	Неделя семестра	Виды и часы аудиторной работы, их трудоемкость (в часах)			Текущие формы контроля
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	
1.	Тема 1. Тема I Особенности социологического подхода к реальности, к средствам массовой коммуникации Социальные характеристики человека. Особенности социологического мышления в деятельности журналиста. Различия предметных областей социологии журналистики и социологии массовых коммуникаций.	6	1-3	8	0	0	коллоквиум

N	Раздел Дисциплины/ Модуля	Семестр	Неделя семестра	Виды и часы аудиторной работы, их трудоемкость (в часах)			Текущие формы контроля
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	
2.	Тема 2. Тема II ? Социология как наука, использование социологических знаний в работе редакций Общетеоретическое социальное знание, данные теорий среднего уровня, эмпирические исследования в журналистской деятельности. Социология в организации работы редакций. Социологический подход и журналистские жанры.	6	4-5	8	0	0	устный опрос
3.	Тема 3. Тема III ? Социология массовых коммуникаций. Журналистика как социальный институт. Функции и роли журналистики. Виды аудитории СМИ. Российская журналистика в условиях общественной трансформации.	6	6-9	8	0	0	домашнее задание
4.	Тема 4. Тема IV Эмпирические социологические исследования СМИ: основные понятия Количественное исследование, его виды. Качественное исследование, его виды. Программа социологического исследования.	6	10-12	8	0	0	коллоквиум
	Тема . Итоговая форма контроля	6		0	0	0	зачет
	Итого			32	0	0	

4.2 Содержание дисциплины

Тема 1. Тема I Особенности социологического подхода к реальности, к средствам массовой коммуникации Социальные характеристики человека. Особенности социологического мышления в деятельности журналиста. Различия предметных областей социологии журналистики и социологии массовых коммуникаций.

лекционное занятие (8 часа(ов)):

оциальные характеристики человека. Особенности социологического мышления в деятельности журналиста. Различия предметных областей социологии журналистики и социологии массовых коммуникаций.

Тема 2. Тема II ? Социология как наука, использование социологических знаний в работе редакций Общетеоретическое социальное знание, данные теорий среднего уровня, эмпирические исследования в журналистской деятельности. Социология в организации работы редакций. Социологический подход и журналистские жанры.

лекционное занятие (8 часа(ов)):

Общетеоретическое социальное знание, данные теорий среднего уровня, эмпирические исследования в журналистской деятельности. Социология в организации работы редакций. Социологический подход и журналистские жанры.

Тема 3. Тема III ? Социология массовых коммуникаций. Журналистика как социальный институт. Функции и роли журналистики. Виды аудитории СМИ. Российская журналистика в условиях общественной трансформации.

лекционное занятие (8 часа(ов)):

Функции и роли журналистики. Виды аудитории СМИ. Российская журналистика в условиях общественной трансформации.

Тема 4. Тема IV Эмпирические социологические исследования СМИ: основные понятия Количественное исследование, его виды. Качественное исследование, его виды. Программа социологического исследования.

лекционное занятие (8 часа(ов)):

основные понятия Количественное исследование, его виды. Качественное исследование, его виды. Программа социологического исследования.

4.3 Структура и содержание самостоятельной работы дисциплины (модуля)

N	Раздел Дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды самостоятельной работы студентов	Трудоемкость (в часах)	Формы контроля самостоятельной работы
1.	Тема 1. Тема I Особенности социологического подхода к реальности, к средствам массовой коммуникации Социальные характеристики человека. Особенности социологического мышления в деятельности журналиста. Различия предметных областей социологии журналистики и социологии массовых коммуникаций.	6	1-3	подготовка к коллоквиуму	10	коллоквиум

N	Раздел Дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды самостоятельной работы студентов	Трудоемкость (в часах)	Формы контроля самостоятельной работы
2.	Тема 2. Тема II ? Социология как наука, использование социологических знаний в работе редакций Общетеоретическое социальное знание, данные теорий среднего уровня, эмпирические исследования в журналистской деятельности. Социология в организации работы редакций. Социологический подход и журналистские жанры.	6	4-5	подготовка к устному опросу	10	устный опрос
3.	Тема 3. Тема III ? Социология массовых коммуникаций. Журналистика как социальный институт. Функции и роли журналистики. Виды аудитории СМИ. Российская журналистика в условиях общественной трансформации.	6	6-9	подготовка домашнего задания	10	домашнее задание
4.	Тема 4. Тема IV Эмпирические социологические исследования СМИ: основные понятия Количественное исследование, его виды. Качественное исследование, его виды. Программа социологического исследования.	6	10-12	подготовка к коллоквиуму	10	коллоквиум
	Итого				40	

5. Образовательные технологии, включая интерактивные формы обучения

Деловая игра;

Организация и проведение эмпирического исследования (анкетирование работников СМИ, контент-анализ);

Разбор конкретных ситуаций;

Дискуссия.

Изучение рынка СМИ как социального феномена, изучение аудитории СМИ и различных ее сегментов подкрепляется деловой игрой, подготовка к которой включена в самостоятельную работу студентов. Преподаватель предлагает им разбиться на группы от 2 до 7 человек. Каждая группа представляет проект редакции любого типа СМИ. Подготовка проекта начинается на одном из занятий и продолжается во внеучебное время. Защита проекта осуществляется перед студенческой группой - необходимо обосновать свою успешность на рынке СМИ через описание работы со своей аудиторией. Условия рынка заданы реальной ситуацией в регионе. "Аудиторию", которая может быть не согласна с политикой данного источника СМИ, "играет" студенческая группа. Рекомендуется поощрять удачные проекты и критиковать неудачные.

? Закрепление лекционного материала в целом осуществляется в ходе проведения студентами эмпирического социологического исследования по актуальной проблеме в области СМИ. Программа исследования разрабатывается под руководством преподавателя в интерактивном режиме на одном из занятий. Профиль проблематики (связь с журналистикой) определяет выбор респондентов. Ими, как правило, выступают журналисты или руководители местных средств массовой информации. Метод сбора материала - анкетирование или глубокое интервью. В зависимости от проблемы исследования и цели программы, а также выбора генеральной совокупности на занятии под руководством преподавателя разрабатываются тематические разделы анкеты или интервью. Далее студентам дается задание подумать над вопросами и дать их формулировки. Следующей частью их самостоятельной работы является анкетирование или интервьюирование респондентов. Выбор редакции, куда каждый из них пойдет с анкетой, осуществляется ими самостоятельно. Следующим этапом самостоятельной работы является интерпретация полученных данных и выступление с итогами перед группой. Эта работа поручается желающим, чаще всего ими выступают студенты, которым необходимо набрать баллы для допуска к экзамену.

? Рекомендации к проведению описанного выше анкетирования (интервьюирования): А) Студенты-участники анкетирования должны сдать помимо электронного варианта анкеты, заполненные ими от руки. Б) Анкетирование не должно быть анонимным, должны быть указаны реквизиты респондента, чтобы студент знал, что его работа может быть проверена. В) Эмпирическое исследование должно быть посвящено актуальной проблематике, чтобы студентам было интересно, чтобы сам процесс анкетирования носил для них познавательный характер. К примеру, в 1990-е годы нами отрабатывалась тема концентрации СМИ (тогда наблюдались процессы слияния капиталов в сфере массовой коммуникации); в 2010-е годы стала актуальной тема конвергенции в СМИ (слияние форматов на цифровой основе). Формулировки тем исследований год от года не повторяются. Г) Рекомендуется завершить исследование публикацией отчета студентов, возможно, на сайте факультета.

6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов

Тема 1. Тема I Особенности социологического подхода к реальности, к средствам массовой коммуникации Социальные характеристики человека. Особенности социологического мышления в деятельности журналиста. Различия предметных областей социологии журналистики и социологии массовых коммуникаций.

коллоквиум, примерные вопросы:

Проходит в виде деловой игры

Тема 2. Тема II ? Социология как наука, использование социологических знаний в работе редакций Общетеоретическое социальное знание, данные теорий среднего уровня, эмпирические исследования в журналистской деятельности. Социология в организации работы редакций. Социологический подход и журналистские жанры.

устный опрос, примерные вопросы:

Вопросы. Контент-анализ: особенности и возможности метода. Роль задач исследования для разработки методики анализа, операционализация категорий анализа. Изучение особенностей различных каналов массовой коммуникации (аудит производства - контента и опций - и распространения). Новые информационные технологии и социальные последствия их распространения.. Аудитория СМИ, ее социальные характеристики. Понятия реальной, потенциальной, целевой аудитории. Тенденции в поведении российской аудитории (массовизация, индивидуализация, фрагментация) и ее отношении к СМИ. Методы социологических исследований аудитории. Количественные и качественные методы, их основные особенности, преимущества и недостатки. Обеспечение надежности данных (репрезентативность выборки, устойчивость и правильность измерения). Редакционные методы изучения аудитории (?круглые столы?, интервью ?с номером в руках?, опросы покупателей у киосков, розничных продавцов, рекламодателей, пресс-опрос, читательская панель, анализ редакционной почты). Применение социологических подходов в проектировании новых каналов, в программировании функций и содержания действующих каналов (обоснование миссии, концепции, типа канала на основе изучения рынка и потребностей аудитории).

Тема 3. Тема III ? Социология массовых коммуникаций. Журналистика как социальный институт. Функции и роли журналистики. Виды аудитории СМИ. Российская журналистика в условиях общественной трансформации.

домашнее задание , примерные вопросы:

? Закрепление лекционного материала в целом осуществляется в ходе проведения студентами эмпирического социологического исследования по актуальной проблеме в области СМИ. Программа исследования разрабатывается под руководством преподавателя в интерактивном режиме на одном из занятий. Профиль проблематики (связь с журналистикой) определяет выбор респондентов. Ими, как правило, выступают журналисты или руководители местных средств массовой информации. Метод сбора материала ? анкетирование или глубокое интервью. В зависимости от проблемы исследования и цели программы, а также выбора генеральной совокупности на занятии под руководством преподавателя разрабатываются тематические разделы анкеты или интервью. Далее студентам дается задание подумать над вопросами и дать их формулировки. Следующей частью их самостоятельной работы является анкетирование или интервьюирование респондентов. Выбор редакции, куда каждый из них пойдет с анкетой, осуществляется ими самостоятельно. Следующим этапом самостоятельной работы является интерпретация полученных данных и выступление с итогами перед группой. Эта работа поручается желающим, чаще всего ими выступают студенты, которым необходимо набрать баллы для допуска к экзамену.

Тема 4. Тема IV Эмпирические социологические исследования СМИ: основные понятия Количественное исследование, его виды. Качественное исследование, его виды. Программа социологического исследования.

коллоквиум , примерные вопросы:

Промежуточное тестирование. Вопросы: 1. Социальные функции СМИ (универсальная формула Г. Лассуэлла), их историческая динамика. Изменение подходов к изучению функций в зависимости от представлений о роли аудитории в массовых коммуникациях. ?Эффекты? и ?эффективность?. 2. Массовая коммуникация среди других видов социальных коммуникаций: общее и особенное. СМИ как разновидность массовой коммуникации. 3. Журналистика как социальный институт: между властью, обществом и бизнесом. Ключевые социальные проблемы на современном этапе развития СМИ (доступность получения информации, формирование и сохранение национальной идентичности в условиях глобализации, влияние новых информационных технологий на социальные связи и др.) 4. Основные направления и методы эмпирических исследований средств массовой коммуникации. ?Академические? и ?коммерческие? исследования. Медиаметрия. 5. Методы исследования журналистов и журналистских коллективов (опросы, фокус-группы, глубокое интервью, контент-анализ материалов). 6. Социологический анализ содержания материалов СМИ. Различия в оценке контента с позиций рынка и общественной пользы.

Тема . Итоговая форма контроля

Примерные вопросы к зачету:

Изучение эмпирических способов сбора информации осуществляется через самостоятельную разработку программы исследования каждым из студентов. Рекомендуется спектр тем, выходящих за рамки журналистики, - с целью личного вовлечения в тему разработчика программы, которому дается право выбрать такую проблему для исследования, которая его действительно волнует. Контроль: выступление перед группой; письменное сообщение; участие в дискуссии.

Промежуточное тестирование. Вопросы:

1. Социальные функции СМИ (универсальная формула Г. Лассуэлла), их историческая динамика. Изменение подходов к изучению функций в зависимости от представлений о роли аудитории в массовых коммуникациях. "Эффекты" и "эффективность".
2. Массовая коммуникация среди других видов социальных коммуникаций: общее и особенное. СМИ как разновидность массовой коммуникации.
3. Журналистика как социальный институт: между властью, обществом и бизнесом. Ключевые социальные проблемы на современном этапе развития СМИ (доступность получения информации, формирование и сохранение национальной идентичности в условиях глобализации, влияние новых информационных технологий на социальные связи и др.)
4. Основные направления и методы эмпирических исследований средств массовой коммуникации. "Академические" и "коммерческие" исследования. Медиаметрия.
5. Методы исследования журналистов и журналистских коллективов (опросы, фокус-группы, глубокое интервью, контент-анализ материалов).
6. Социологический анализ содержания материалов СМИ. Различия в оценке контента с позиций рынка и общественной пользы.
7. Контент-анализ: особенности и возможности метода. Роль задач исследования для разработки методики анализа, операционализация категорий анализа.
8. Изучение особенностей различных каналов массовой коммуникации (аудит производства - контента и опций - и распространения). Новые информационные технологии и социальные последствия их распространения.
9. Аудитория СМИ, ее социальные характеристики. Понятия реальной, потенциальной, целевой аудитории. Тенденции в поведении российской аудитории (массовизация, индивидуализация, фрагментация) и ее отношении к СМИ.
10. Методы социологических исследований аудитории. Количественные и качественные методы, их основные особенности, преимущества и недостатки. Обеспечение надежности данных (репрезентативность выборки, устойчивость и правильность измерения).
11. Редакционные методы изучения аудитории ("круглые столы", интервью "с номером в руках", опросы покупателей у киосков, розничных продавцов, рекламодателей, пресс-опрос, читательская панель, анализ редакционной почты).
12. Применение социологических подходов в проектировании новых каналов, в программировании функций и содержания действующих каналов (обоснование миссии, концепции, типа канала на основе изучения рынка и потребностей аудитории).

7.1. Основная литература:

Основная литература:

Дмитриев, А.В. Общая социология: Учебник / А.В. Дмитриев, А.А. Сычев. - М.: Альфа-М: ИНФРА-М, 2011. - 304 с. <http://znanium.com/bookread.php?book=219783>

Социология: Учебник / В.И. Добренков, А.И. Кравченко; Московский Государственный Университет им. М.В. Ломоносова (МГУ). - М.: НИЦ Инфра-М, 2013. - 624 с. [//http://znanium.com/bookread.php?book=341605](http://znanium.com/bookread.php?book=341605)

Корконосенко, С. Г. Теория журналистики: моделирование и применение [Электронный ресурс] : учеб. пособие / С. Г. Корконосенко. - М.: Логос, 2010. - 248 с. - (Новая университетская библиотека). - ISBN 978-5-98704-471-1.// <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=468866>

Автор(ы):

Шайхитдинова С.К. _____

нет _____

"__" _____ 201__ г.

Рецензент(ы):

Туманов Д.В. _____

нет _____

"__" _____ 201__ г.