

МИНОБРАЗОВАНИЯ РОССИИ



Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования

**«Российский государственный гуманитарный университет»  
(ФГБОУ ВО «РГГУ»)**

ИНСТИТУТ МАССМЕДИА И РЕКЛАМЫ

ФАКУЛЬТЕТ ЖУРНАЛИСТИКИ

Кафедра журналистики

***СОЦИОЛОГИЯ ЖУРНАЛИСТИКИ***

Рабочая программа дисциплины

Направление подготовки 42.03.02 Журналистика

Направленность:

«Мультимедийная журналистика и современные медиатехнологии»

«Современные визуальные медиа»

Уровень высшего образования: *бакалавриат*

Форма обучения – очная, заочная

РПД адаптирована для лиц  
с ограниченными возможностями  
здоровья и инвалидов

Москва 2024

*Социология журналистики*  
Рабочая программа дисциплины  
Составитель:  
*Канд. филологических наук Будник М.В.*

УТВЕРЖДЕНО  
Протокол заседания кафедры журналистики

№ 4 от 15.03.2024 г.

## ОГЛАВЛЕНИЕ

### **1. Пояснительная записка**

1.1 Цель и задачи дисциплины (*модуля*)

1.2. Формируемые компетенции, соотнесённые с планируемыми результатами обучения по дисциплине (*модулю*)

1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

### **2. Структура дисциплины (*модуля*)**

### **3. Содержание дисциплины (*модуля*)**

### **4. Образовательные технологии**

### **5. Оценка планируемых результатов обучения**

5.1. Система оценивания

5.2. Критерии выставления оценок

5.3. Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (*модулю*)

### **6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины**

6.1. Список источников и литературы

6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

### **7. Материально-техническое обеспечение дисциплины (*модуля*)**

### **8. Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов**

### **9. Методические материалы**

9.1. Планы практических (семинарских, лабораторных) занятий

9.2. Методические рекомендации по подготовке письменных работ

9.3. Иные материалы

## **Приложения**

Приложение 1. Аннотация дисциплины

## 1. Пояснительная записка

### 1.1. Цель и задачи дисциплины

- усвоение системы категорий и понятий социологии журналистики, овладение студентами-журналистами совокупностью данных как об общем процессе развития социологического знания, так и его уникальности, реализации образовательных и коммуникативных ресурсов социологии
- определение места и роли журналистики и журналистов в социальной действительности, их значение во взаимодействии социальных групп, институтов, организаций, общества и индивидов;
- обоснование восприятия журналистской продукции как важнейшего источника познания общественной жизни;
- формирование представления о социологической культуре журналиста;
- обогащение методического инструментария журналиста адаптированными к практике СМИ социологическими методами исследования социальной действительности для изучения природы и функционирования СМИ, а также для применения в профессиональной деятельности.

#### Задачи дисциплины:

- привлечение внимания студентов к достижениям социологической науки как к ресурсу, раскрывающему индивидуальные качества исследователя, обеспечивающего профессиональный рост и компетентностное отношение к получению знаний;
- ознакомление с социологией журналистики как специальной социологической теорией;
- усвоение студентами элементарных понятий социологии журналистики, ознакомление с социологическими подходами к функционированию средств массовой информации (СМИ) в обществе;
- обучение студентов практике использования данных социологических исследований в своей профессиональной деятельности, получение ими навыков социологического анализа, освоение принципов социологической журналистики;
- выявление направлений для практического применения методов социологии журналистики в программировании изданий и каналов, творческой деятельности журналистов, маркетинге и менеджменте СМИ;
- ознакомление с организацией сбора и анализа социологической информации о СМИ в деятельности научных организаций и редакций.

### 1.2. Формируемые компетенции, соотнесённые с планируемыми результатами обучения по дисциплине:

Компетенция (код и наименование)	Индикаторы компетенций (код и наименование)	Результаты обучения
ОПК-2. Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в	ОПК-2.1. Знает систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и	<b>Знать:</b> содержание предметного поля социологии СМИ, важность и необходимость социологического подхода к информационным и коммуникационным

создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и(или) коммуникационных продуктах	тенденции развития	<p>процессам.</p> <p><b>Уметь:</b> применять социологические знания к предмету журналистики, ориентироваться в содержательных уровнях социологии СМИ.</p> <p><b>Владеть:</b> способами и организации общественного диалога в СМИ, общесоциологической культурой.</p>
	<p>ОПК-2.2.</p> <p>Соблюдает принцип объективности в создаваемых журналистских текстах и (или) продуктах при освещении деятельности общественных и государственных институтов</p>	<p><b>Знать:</b> различные аспекты реального состояния российского общества, актуальных проблемах, тенденциях развития, знать методы изучения аудитории, понимать социальный смысл общественного участия в функционировании СМИ, природу и роль общественного мнения.</p> <p><b>Уметь:</b> понимать социальный смысл участия представителей различных сегментов общества (социальных слоев и групп, гражданских объединений) в функционировании СМИ, важность выражения общественного мнения в СМИ, ориентироваться в различных сферах жизни общества, которые являются объектом освещения в СМИ.</p> <p><b>Владеть:</b> способностью анализировать основные тенденции формирования социальной структуры современного общества, ориентироваться в различных сферах жизни общества, которые являются объектом освещения в СМИ.</p>
ОПК-4. Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	ОПК-4.1. Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп	<p><b>Знать:</b> методы изучения аудитории, понимать социальный смысл общественного участия в функционировании СМИ, природу и роль общественного мнения.</p> <p><b>Уметь:</b> анализировать</p>

		<p>основные тенденции формирования социальной структуры современного общества.</p> <p><b>Владеть:</b> способностью базироваться на современном представлении о роли аудитории в потреблении и производстве массовой информации, знать методы изучения аудитории.</p>
	<p>ОПК-4.2. Учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании журналистских текстов и (или) продуктов</p>	<p><b>Знать:</b> основные методы его изучения, использовать эффективные формы взаимодействия с ним.</p> <p><b>Уметь:</b> ориентироваться в особенностях информационного поведения аудитории СМИ в процессе потребления и производства массовой информации.</p> <p><b>Владеть:</b> пониманием социального смысла общественного участия в функционировании СМИ, природу и роль общественного мнения, знать основные методы его изучения, использовать эффективные формы взаимодействия с ним.</p>

### 1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Социология журналистики» относится к обязательным дисциплинам базовой части по направлению подготовки 42.03.02 – «Журналистика».

Для освоения дисциплины необходимы компетенции, сформированные в ходе изучения следующих дисциплин и прохождения практик: «Основы теории журналистики», «Введение в профессию», «Менеджмент», «Профессионально-ознакомительная практика».

В результате освоения дисциплины (модуля) формируются компетенции, необходимые для изучения следующих дисциплин и прохождения практик: «Информационно-аналитическое обеспечение и планирование новостного вещания», «Расследовательская журналистика на телевидении», «Медиастатистика», «Профессионально-творческая практика».

## 2. Структура дисциплины

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 3 з.е., 108 академических часов.

### Структура дисциплины для очной формы обучения

Объем дисциплины в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, при проведении учебных занятий:

Семестр	Тип учебных занятий	Количество часов
7	Лекции	20
	Семинары	22
Всего:		42

Объем дисциплины в форме самостоятельной работы обучающихся составляет 66 академических часов, включая 18 ч. на подготовку к промежуточной аттестации.

### Структура дисциплины для заочной формы обучения

Объем дисциплины в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, при проведении учебных занятий:

Курс	Тип учебных занятий	Количество часов
4	Лекции	8
	Семинары	4
Всего:		12

Объем дисциплины в форме самостоятельной работы обучающихся составляет 96 академических часов, включая 9 ч. на подготовку к промежуточной аттестации.

## 3. Содержание дисциплины

№	Наименование раздела дисциплины	Содержание
1	Социология журналистики в системе журналистских дисциплин	Предмет и задачи курса. Социология журналистики как предметная область социологии. Место социологии журналистики в ряду других социологических направлений. Потребности общества и журналистики в социологическом изучении СМИ. Основные тенденции в развитии общества. Роль информации в современном обществе. Определяющие изменения в массовых информационных процессах. Применение социологических подходов и методов в журналистском творчестве, менеджменте и маркетинге СМИ. История развития отечественной социологии

		журналистики: дореволюционный, советский и постсоветский периоды. Возникновение медиаметрии как особого вида бизнеса.
2	Исследования аудитории и общественного мнения	Социальные институты в российском обществе. Институционализация. Основные социальные институты общества. Структура социального института. Базовые и комплементарные институты. Понятие институциональной матрицы. Масс-медиа как социальный институт. Мобилизационный капитал. Репрезентация реальности. СМИ как ведущий социальный институт общества.
3	Эмпирические социологические исследования СМИ	Виды эффектов: когнитивные, ценностные, поведенческие; социетальные, групповые, индивидуальные; немедленные и отложенные; разовые и кумулятивные. Трудности выявления факторов, обуславливающих различные эффекты. Специфика социологического и маркетингового подхода к эффективности. Зависимость оценки эффектов от понимания миссии СМИ. Методы изучения эффективности на коммуникативной и посткоммуникативной стадиях; в лабораторных и естественных условиях. Учет потенциальных социальных эффектов при производстве контента и программировании вещания.
4	Социология в журналистской деятельности	Оценка надежности социологических данных: репрезентативность выборки, устойчивость и правильность измерения, полнота представления инструментария исследования и данных. Формы сотрудничества медиа- и социологических организаций. Права и обязанности заказчиков и исполнителей социологических исследований. Формулирование заказа на исследование, участие заказчика в разработке инструментария исследования. Социологи и социологические службы в медиаорганизациях: задачи их работы.

#### 4. Образовательные технологии

Для проведения учебных занятий по дисциплине используются различные образовательные технологии. Для организации учебного процесса может быть использовано электронное обучение и (или) дистанционные образовательные технологии.

#### 5. Оценка планируемых результатов обучения

##### 5.1. Система оценивания

Форма контроля	Макс. количество баллов
----------------	-------------------------



	<b>За одну работу</b>	<b>Всего</b>
Текущий контроль: - подготовка очерка	10 баллов	10 баллов
- реферат	20 баллов	20 баллов
- тестирование	30 баллов	30 баллов
Промежуточная аттестация экзамен		40 баллов
<b>Итого за семестр</b>		<b>100 баллов</b>

Полученный совокупный результат конвертируется в традиционную шкалу оценок и в шкалу оценок Европейской системы переноса и накопления кредитов (European Credit Transfer System; далее – ECTS) в соответствии с таблицей:

100-балльная шкала	Традиционная шкала		Шкала ECTS
95 – 100	отлично	зачтено	A
83 – 94			B
68 – 82	хорошо		C
56 – 67	удовлетворительно		D
50 – 55			E
20 – 49	неудовлетворительно	не зачтено	FX
0 – 19			F

#### 5.2. Критерии выставления оценки по дисциплине

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
100-83/ A,B	«отлично»/ «зачтено (отлично)»/ «зачтено»	Выставляется обучающемуся, если он глубоко и прочно усвоил теоретический и практический материал, может продемонстрировать это на занятиях и в ходе промежуточной аттестации. Обучающийся исчерпывающе и логически стройно излагает учебный материал, умеет увязывать теорию с практикой, справляется с решением задач профессиональной направленности высокого уровня сложности, правильно обосновывает принятые решения. Свободно ориентируется в учебной и профессиональной литературе.  Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации. Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «высокий».
82-68/ C	«хорошо»/ «зачтено (хорошо)»/ «зачтено»	Выставляется обучающемуся, если он знает теоретический и практический материал, грамотно и по существу излагает его на занятиях и в ходе промежуточной аттестации, не допуская существенных

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
		<p>неточностей. Обучающийся правильно применяет теоретические положения при решении практических задач профессиональной направленности разного уровня сложности, владеет необходимыми для этого навыками и приёмами. Достаточно хорошо ориентируется в учебной и профессиональной литературе. Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации. Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «хороший».</p>
67-50/ D,E	«удовлетворительно»/ «зачтено (удовлетворительно)»/ «зачтено»	<p>Выставляется обучающемуся, если он знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает отдельные ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации. Обучающийся испытывает определённые затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, владеет необходимыми для этого базовыми навыками и приёмами. Демонстрирует достаточный уровень знания учебной литературы по дисциплине. Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации. Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «достаточный».</p>
49-0/ F,FX	«неудовлетворительно»/ не зачтено	<p>Выставляется обучающемуся, если он не знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает грубые ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации. Обучающийся испытывает серьёзные затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, не владеет необходимыми для этого навыками и приёмами. Демонстрирует фрагментарные знания учебной литературы по дисциплине. Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации. Компетенции на уровне «достаточный», закреплённые за дисциплиной, не сформированы.</p>

### 5.3. Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

#### Подготовка аналитического очерка (ОПК-2.1,2.2,4.1,4.2)

Необходимо написать *аналитический очерк*, придерживаясь следующих требований:

- Определить источник используемых в журналистском материале социологических данных.
- Охарактеризовать использованный источник социологических данных с точки зрения его авторитетности и достоверности предоставленных им результатов.
- Насколько адекватно в журналистском тексте использованы социологические данные?
- С помощью использованных социологических данных постарайтесь сформулировать проблему анализируемого текста и сравнить её с тематикой социологического исследования.
- Зачем автор текста прибег к социологической «аргументации»?
- Соглашается ли автор журналистского текста с результатами социологического исследования?
- Или дает собственную интерпретацию?
- Использует ли журналист социологические данные, чтобы доказать существующую позицию (мнение)?
- Использует ли журналист социологические данные, чтобы сформулировать новый подход (позицию, мнение)?
- Что Вы можете сказать о профессиональном уровне автора журналистского текста?

Насколько полно автор журналистского текста применил информационный ресурс использованного социологического исследования?\*

- Для какой целевой аудитории СМИ написан анализируемый текст и с какой целью?

*Требования к работе:*

- Объём: не менее 5-ти страниц (А4) печатного текста (14 кегль, поля по 2 см. со всех сторон);
- Жанр: аналитический очерк (существует точная последовательность необходимых операций, но описание результатов работы, а также мотивация выводов зависит от знаний и навыков автора);
- Критерии оценки: владение письменным русским языком, умение правильно подобрать журналистский материал для анализа; способность разыскать источник социологических данных, использованных в анализируемом материале; обоснованность выводов; логика композиционного построения работы; знание правил оформления письменных работ.

Примерная тематика рефератов (ОПК-2.1,2.2,4.1,4.2):

1. Свобода российских СМИ и журналистов: социально-политические и профессиональные аспекты.
2. СМИ: бизнес и общественная миссия - существует ли противоречие и пути его преодоления.
3. Есть ли будущее у традиционной прессы: социологические и культурологические аргументы.
4. Ценности современной российской журналистики

---

\* Для ответа на этот вопрос необходимо сравнить результаты исследования и выводы, сформулированные в журналистском тексте.

5. Коммуникативные функции СМИ: объединяет или разъединяет журналистика современное российское общество.
6. Российские СМИ и проблема общественного диалога.
7. Функция социальной идентификации: роль массовых и "нишевых" изданий.
8. Функция социализации: анализ контента современных детских и молодежных изданий.
9. Дисфункциональные проявления в практике современных российских СМИ: наблюдения над практикой, социологические методы изучения.
10. Масс-медиа и становление гражданского общества в России.
11. Формы проявления гражданской активности в Интернете в периоды избирательных кампаний и роль СМИ.
12. Протестные движения и роль СМИ
13. Доверие к СМИ и журналистам как актуальная социальная и профессиональная проблема.
14. Актуальность "повестки дня" СМИ в контексте опросов общественного мнения.
15. Современная аудитория СМИ: процесс массовизации и индивидуализации информационного потребления в условиях новых медийных возможностей, социологические методы изучения.
16. Традиционные и новые интернет-возможности получения информации об аудитории: преимущества и ограничения.
17. Отражение жизни различных социальных слоев и групп в контенте общенациональных СМИ: проблемы дисбаланса в социальном представительстве (наблюдения над практикой, социологические способы изучения).
18. Креативный класс как аудитория СМИ.
19. Контент-анализ: цели использования в социологии журналистики и редакционной практике (с примерами исследований).
20. Традиционные и новые формы участия аудитории в формировании медийного контента.
21. Социологическое обоснование при разработке медиапроекта или его коррекции (с примерами).

Критерии оценки реферата:

16-20 баллов - выставляется студенту, если содержание реферата соответствует заявленной в названии тематике; реферат оформлен в соответствии с общими требованиями написания и техническими требованиями оформления реферата; реферат имеет чёткую композицию и структуру; в тексте реферата отсутствуют логические нарушения в представлении материала; корректно оформлены и в полном объёме представлены список использованной литературы и ссылки на использованную литературу в тексте реферата; отсутствуют орфографические, пунктуационные, грамматические, лексические, стилистические и иные ошибки в авторском тексте; реферат представляет собой самостоятельное исследование, представлен качественный анализ найденного материала, отсутствуют факты плагиата.

11-15 баллов - выставляется студенту, если содержание реферата соответствует заявленной в названии тематике; реферат оформлен в соответствии с общими требованиями написания реферата, но есть погрешности в техническом оформлении; реферат имеет чёткую композицию и структуру; в тексте реферата отсутствуют логические нарушения в представлении материала; в полном объёме представлены список использованной литературы, но есть ошибки в оформлении; корректно оформлены и в полном объёме представлены ссылки на использованную литературу в тексте реферата; отсутствуют орфографические, пунктуационные, грамматические, лексические, стилистические и иные ошибки в авторском тексте; реферат представляет собой

самостоятельное исследование, представлен качественный анализ найденного материала, отсутствуют факты плагиата.

6-10 баллов – выставляется, если содержание реферата соответствует заявленной в названии тематике; в целом реферат оформлен в соответствии с общими требованиями написания реферата, но есть погрешности в техническом оформлении; в целом реферат имеет чёткую композицию и структуру, но в тексте реферата есть логические нарушения в представлении материала; в полном объёме представлен список использованной литературы, но есть ошибки в оформлении; некорректно оформлены или не в полном объёме представлены ссылки на использованную литературу в тексте реферата; есть единичные орфографические, пунктуационные, грамматические, лексические, стилистические и иные ошибки в авторском тексте; в целом реферат представляет собой самостоятельное исследование, представлен анализ найденного материала, отсутствуют факты плагиата.

0-5 баллов - выставляется, если содержание реферата соответствует заявленной в названии тематике; в реферате отмечены нарушения общих требований, написания реферата; есть погрешности в техническом оформлении; в целом реферат имеет чёткую композицию и структуру, но в тексте реферата есть логические нарушения в представлении материала; в полном объёме представлен список использованной литературы, но есть ошибки в оформлении; некорректно оформлены или не в полном объёме представлены ссылки на использованную литературу в тексте реферата; есть частые орфографические, пунктуационные, грамматические, лексические, стилистические и иные ошибки в авторском тексте; в целом реферат представляет собой достаточно самостоятельное исследование, представлен анализ найденного материала, присутствуют единичные случаи фактов плагиата.

#### **Тестирование(ОПК-2.1,2.2,4.1,4.2):**

- 1. Специальная частная социологическая дисциплина, изучающая явления журналистики и закономерности ее развития, взятые в контексте социальной жизни, во взаимосвязи с системой теоретико-журналистского знания – это**
  - a. социология СМИ
  - b. социология журналистики
  - c. социология массовой коммуникации
  - d. социология журналистского творчества
- 2. Научно-познавательная парадигма – это:**
  - a. упорядоченные взаимодействия и коммуникации людей, направленные на достижение общей цели
  - b. устойчивый набор оснований, принципов познания, изучаемых процессов и явлений, результирующих построений, выделяющих научный способ познания от всех остальных
  - c. освоение и использование индивидом адаптационно полезного опыта, которые нельзя объяснить ни процессами развития организма, ни сенсорной адаптацией
- 3. Ближе всего к социологии стоит**
  - a. социожурналистика
  - b. общая теория журналистики
  - c. теория информации
  - d. коммуникативистика
- 4. Особым неклассическим видом социальной общности, формирующимся на определённых этапах развития общества и имеющим своим прообразом городскую толпу, иногда некое рассеянное множество, называют:**
  - a. массой

- b. аудиторией
  - c. публикой
  - d. зрителями
5. **Понятие, которое в статическом смысле означает внутреннюю расчлененность социальной системы, а в динамическом — процесс формирования в рамках системы новых структурных и функциональных единиц, - это:**
- a. игра
  - b. инкультурация
  - c. культурная диффузия
  - d. социокультурная дифференциация
6. **Массовая культура – это вид искусства, характеризующийся производством культурных ценностей:**
- a. не стандартизованных по форме и содержанию
  - b. не предполагающих коммерческий успех
  - c. распространяемых средствами массовой информации – 1
  - d. рассчитанных и доступных (в силу своей исключительности) в основном узкому кругу людей
7. **Стандарты деятельности и правила поведения, выполнение которых ожидается от члена группы или общества и поддерживается с помощью санкций, с помощью которых упорядочиваются и регулируются социальные взаимодействия, - это:**
- a. социокультурные нормы
  - b. ценностные ориентации личности
  - c. традиции
  - d. профессиональная этика
8. **Вид социального института, доминирующей характеристикой которого является воздействие на общество через информационную функцию – есть**
- a. реклама
  - b. связи с общественностью
  - c. средства массовой информации – 1
  - d. телевидение
9. **Социальная роль – это:**
- a. общественное положение индивида, определяемое двумя параметрами: местом в системах разделения труда и социальной стратификации
  - b. совокупность функций, которые предписано выполнять индивиду, занимающему определенное место в социальной группе или организации
  - c. освоение и использование индивидом адаптационно полезного опыта, которые нельзя объяснить ни процессами развития организма, ни сенсорной адаптацией
  - d. упорядоченные взаимодействия и коммуникации людей, направленные на достижение общей цели
10. **Процесс обращения массовой информации – это:**
- a. виртуальная реальность
  - b. массовая коммуникация
  - c. вид движения товара
  - d. предмет работы журналиста
11. **В основу системной методологии социологии журналистики положены следующие принципы**

- a. целостности, системности, динамизма
  - b. валидности, достоверности, объективности
  - c. качественности, рациональности, оперативности
  - d. конкретности, наступательности, целеполагания
- 12. Любой объект (событие или явление), так или иначе воздействующий на людей и их деятельность; массовые, социально типичные явления и процессы, которые подтверждаются многократным наблюдением и повторением, в социологии журналистики называется:**
- a. социальная проблема
  - b. феномен
  - c. социальный факт
  - d. ноумен
- 13. «Образ журналиста», по мнению М.В. Ломоносова, как предмет научного познания начинает формироваться в эпоху:**
- a. Просвещения
  - b. Возрождения
  - c. Античности
  - d. Средневековья
- 14. Журналистское исследование роднит с социологическим**
- a. рационализм и логика
  - b. общая методология познания социальных явлений
  - c. применяемая конкретно-эмпирическая методика
  - d. эмоциональная интерпретация практически значимого материала
- 15. Знаменитое высказывание «Средство коммуникации и есть сообщение» принадлежит:**
- a. Г.Лассуэллу
  - b. А.Шюцу
  - c. М.Веберу
  - d. Г.М.Маклюэну

**КЛЮЧ К ТЕСТУ:**

1 b	6 c	11 a
2 b	7 a	12 c
3 b	8 c	13 a
4 a	9 b	14 b
5 d	10 b	15 d

Критерии оценки тестирования: каждый правильный ответ - 2 балла. Итого – максимум 30 баллов.

**Оценочные материалы для промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (экзамен)**

**КОНТРОЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ПО КУРСУ (ОПК-2.1,2.2,4.1,4.2)**

1. Что является объектом и предметом изучения социологии СМИ?
2. К какому виду социальных коммуникаций относятся СМИ?
3. В чем специфика СМИ как вида массовой коммуникации?
4. Особенности социологического подхода к фактам, событиям, феноменам.
5. Назовите берите введенные в научный оборот определения «информации» и «коммуникации» и объясните их взаимодействие.
6. Взаимозаменяемы ли СМИ, масс-медиа и СМК? Чем объясняется наблюдающаяся терминологическая «путаница»?

7. Медиаинформация как способ проектирования коммуникативной среды.
8. Укажите в приведенной ниже схеме какой блок особенно интересен социологам СМИ.

коммуникатор	сообщение	канал	адресат	эффект
--------------	-----------	-------	---------	--------

9. Социальный институт в предметном поле социологической науки.
10. Назовите функции СМИ как социального института.
11. Формирование «публичной сферы» как центральная функция СМИ в демократическом обществе.
12. Объясните смысл понятия «частная сфера». Отберите журналистские тексты, в содержании которых присутствуют элементы нарушений профессиональной этики.
13. Социологический подход к массовой коммуникации (модель американских исследователей Дж. и М. Райли).
14. Российские модели массовой коммуникации (модель А.Н. Алексеева или М. Лаурин).
15. На примере журналистского текста дайте характеристику группы, к которой обращается автор отобранного текста.
16. Доступ к коммуникациям как деятельностный принцип СМИ в демократическом обществе.
17. Формирование СМИ горизонтальных и вертикальных общественных связей.
18. Социальный смысл коммуникативной функции (ответ проиллюстрировать опубликованными журналистскими текстами).
19. Может ли реклама распространять модели поведения? (Исходя из собственных впечатлений, расскажите каким образом реклама влияет/не влияет на Вас. Как под ее воздействием изменилось или меняется Ваше поведение?)
20. Базовые идеи, сыгравшие решающую роль в возникновении социологии СМИ (Ч. Кули, Г. Ласуэлл, П. Лазарсфельд, Р. Парк).
21. Как социологам удалось сделать коммуникацию измеримой?
22. Дайте характеристику основных социологических методов анализа: анализ документов (текстов), опрос, экспертные оценки, наблюдение, фокус- группы и т.д.
23. Проанализировать журналистский текст, содержание и смысл которого зависит от результатов социологического исследования.
24. Что такое аудитория? Содержание понятия.
25. Есть ли разница между массой и аудиторией?
26. Какую роль сыграла теория малой группы для понимания природы СМИ?
27. В каких случаях малая группа выступает как аудитория СМИ?

Критерии оценки ответа:

35-40 баллов – оценка соответствует повышенному уровню и выставляется обучающемуся, если он глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно его излагает, умеет тесно увязывать теорию с практикой, свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, причем не затрудняется с ответом при видоизменении заданий, использует в ответе материал монографической литературы

29-34 баллов - оценка соответствует повышенному уровню и выставляется обучающемуся, если он твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос



20-28 баллов - оценка соответствует пороговому уровню и выставляется обучающемуся, если он имеет знания только основного материала, но не усвоил его деталей, допускает неточности, демонстрирует недостаточно правильные формулировки, нарушения логической последовательности в изложении программного материала.

0-20 баллов - оценка выставляется обучающемуся, который не достигает порогового уровня, демонстрирует непонимание проблемы, не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки.

## 6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

### 6.1. Список источников и литературы

#### *Нормативно-правовые акты*

Конституция Российской Федерации.

Закон РФ «О средствах массовой информации» // Законодательство Российской Федерации о средствах массовой информации. – М.: Изд-во Проспект, 2011. – 32с.

Закон «О рекламе» <http://www.consultant.ru/popular/advert/>

#### *Литература основная*

Лозовский, Б. Журналистика и средства массовой информации [Электронный ресурс] / Борис Лозовский. - Екатеринбург: Урал. гос. ун-т, 2007. - 306 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=370912>

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, 2019. — 421 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-2275-2. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/425448>

Свитич, Л. Г. Социология журналистики : учебник для вузов / Л. Г. Свитич. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 397 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00396-3. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/450595>

#### *Литература дополнительная*

Касьянов, В. В. Социология для журналистов : учебник для вузов / В. В. Касьянов. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 197 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-09671-2. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/456118>

Федотова, Л. Н. Социология массовых коммуникаций. Теория и практика : учебник для бакалавров / Л. Н. Федотова. — 5-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 603 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3195-2. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/425831>

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

Национальная электронная библиотека (НЭБ) [www.rusneb.ru](http://www.rusneb.ru)

ELibrary.ru Научная электронная библиотека [www.elibrary.ru](http://www.elibrary.ru)

Электронная библиотека Grebennikon.ru [www.grebennikon.ru](http://www.grebennikon.ru)

Cambridge University Press  
 ProQuest Dissertation & Theses Global  
 SAGE Journals  
 Taylor and Francis  
 JSTOR

### **6.3 Профессиональные базы данных и информационно-справочные системы**

Доступ к профессиональным базам данных: <https://liber.rsuh.ru/ru/bases>

Информационные справочные системы:

1. Консультант Плюс
2. Гарант

## **7. Материально-техническое обеспечение дисциплины**

Материально-техническое обеспечение дисциплины базируется на ресурсах любого класса, укомплектованного мультимедийным проектором, компьютером и экраном, доской.

Состав программного обеспечения:

1. Windows
2. Microsoft Office
3. Adobe Master Collection

## **8. Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов**

В ходе реализации дисциплины используются следующие дополнительные методы обучения, текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся в зависимости от их индивидуальных особенностей:

- для слепых и слабовидящих:
  - лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением;
  - письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением, или могут быть заменены устным ответом;
  - обеспечивается индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс;
  - для выполнения задания при необходимости предоставляется увеличивающее устройство; возможно также использование собственных увеличивающих устройств;
  - письменные задания оформляются увеличенным шрифтом;
  - экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.
- для глухих и слабослышащих:
  - лекции оформляются в виде электронного документа, либо предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования;
  - письменные задания выполняются на компьютере в письменной форме;
  - экзамен и зачёт проводятся в письменной форме на компьютере; возможно проведение в форме тестирования.
- для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
  - лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением;
  - письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением;

- экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.

При необходимости предусматривается увеличение времени для подготовки ответа.

Процедура проведения промежуточной аттестации для обучающихся устанавливается с учётом их индивидуальных психофизических особенностей. Промежуточная аттестация может проводиться в несколько этапов.

При проведении процедуры оценивания результатов обучения предусматривается использование технических средств, необходимых в связи с индивидуальными особенностями обучающихся. Эти средства могут быть предоставлены университетом, или могут использоваться собственные технические средства.

Проведение процедуры оценивания результатов обучения допускается с использованием дистанционных образовательных технологий.

Обеспечивается доступ к информационным и библиографическим ресурсам в сети Интернет для каждого обучающегося в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

- для слепых и слабовидящих:
  - в печатной форме увеличенным шрифтом;
  - в форме электронного документа;
  - в форме аудиофайла.
- для глухих и слабослышащих:
  - в печатной форме;
  - в форме электронного документа.
- для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
  - в печатной форме;
  - в форме электронного документа;
  - в форме аудиофайла.

Учебные аудитории для всех видов контактной и самостоятельной работы, научная библиотека и иные помещения для обучения оснащены специальным оборудованием и учебными местами с техническими средствами обучения:

- для слепых и слабовидящих:
  - устройством для сканирования и чтения с камерой SARA CE;
  - дисплеем Брайля PAC Mate 20;
  - принтером Брайля EmBraille ViewPlus;
- для глухих и слабослышащих:
  - автоматизированным рабочим местом для людей с нарушением слуха и слабослышащих;
  - акустический усилитель и колонки;
- для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
  - передвижными, регулируемые эргономическими партами СИ-1;
  - компьютерной техникой со специальным программным обеспечением.

## **9. Методические материалы**

### **9.1. Планы семинарских занятий**

## **РАЗДЕЛ 1. Социология журналистики как предметная область социологии**

### **Семинар 1. СМИ как социальный институт**

*Цель* – объяснить специфику существования социальных институтов в обществе, научить ориентироваться в различных аспектах реального состояния российского общества, актуальных проблемах, тенденциях развития.

*Вопросы:*

1. Социальные институты в российском обществе
2. Социальный институт в предметном поле социологической науки.
3. Гражданские институты в российском обществе.
4. Особенности социологического подхода к фактам, событиям, феноменам.
5. Проблемы институциональной матрицы.
6. Противостояние и взаимодействие институциональных матриц в мировом масштабе.
7. Попытки сближения институциональных матриц.
8. Понятия пресса, печать, СМИ, СМК, масс-медиа, мультимедиа, пропаганда и коммуникация в социологии журналистики.
9. Сетевые медиа и развитие СМИ.
10. Информация в социальных сетях
11. СМИ и блоги
12. Гражданская журналистика в сфере социологии журналистики
13. Смена картины мира в поколениях в журналистике
14. Кто собирает больше "лайков" в новостях?

#### МЕТОДИКА ПОДГОТОВКИ К СЕМИНАРУ

Студент выбирает один из вопросов, вынесенных на обсуждение в дискуссии. Здесь необходимо коллегиальное решение по распределению всего круга вопросов. Готовится 5-ти минутное устное выступление. Коллеги выступающего могут задавать вопросы оратору или выступить с дополнениями по обсуждаемому в данный момент вопросу. Наиболее интересные выступления будут в дальнейшем оформлены в рефераты с соответствующей оценкой проделанной работы.

#### **РАЗДЕЛ 2. Исследования аудитории и общественного мнения**

##### **Семинар 2. Роль СМИ в формировании общественного мнения**

*Цель* – объяснить важность выражения общественного мнения в СМИ, рассказать о формах его выражения

*Вопросы по теме:*

1. Определение понятия «общественное мнение», формы и функции общественного мнения. Теории ОМ.
2. Прямое и косвенное выражение общественного мнения в журналистике.
3. Религия и общественное мнение.
4. Формы выражения общественного мнения в искусстве. Привести примеры.
5. Формы выражения общественного мнения в печатной периодике, в передачах радио и телевидения. Привести примеры.
6. Использование интерактивных возможностей Интернет-СМИ в процессе выражения общественного мнения.
7. Блоггерство как форма выражения общественного мнения.
8. Чем отличается общественное мнение, измеренное в социологических опросах, от выраженного через СМИ?
9. Как связаны между собой функции выражения и формирования общественного мнения в СМИ?
10. Взаимосвязь категорий «общественное мнение», «сознание», «общественное сознание», «массовое сознание», «практика».
11. Приведите примеры влияния общественного мнения на принятие решений на государственном уровне (в России и за рубежом).
12. Общественное мнение и понятие стереотипа. Примеры стереотипов.
13. Парадокс «спирали молчания».
14. Общественное мнение и общественное сознание.
15. Типы и уровни общественного сознания.

### **Семинар 3. Аудитория как основной объект деятельности СЖ**

*Цель* – научить ориентироваться в особенностях информационного поведения аудитории СМИ в процессе потребления и производства массовой информации.

*Список вопросов для обсуждения:*

- Особенности потребления СМИ в России – ожидания от российских СМИ, мотивы выбора СМИ, представления о задачах СМИ, потребности и интересы российской аудитории.
- Аудитория как потребитель информации. Типы аудитории. Социально-демографические характеристики разных типов аудитории.
- Толпа. Собище. Признаки деиндивидуализации. Публика. Аудитория как массовая общность. Понятия реальной, потенциальной, целевой аудитории.
- Социальные потребности как основа информационных потребностей и интересов.

- Субъективные и объективные характеристики аудитории: поведение и отношение к СМИ.
- Потребности в изучении аудитории и общественного мнения в современных условиях.
- Социальные движения. Социальный круг.
- Задачи, проблемы, методы изучения аудитории и общественного мнения.
- Основные аудиторные характеристики и ориентации читателей, слушателей, зрителей.

#### **Семинар 4. Фокус-группа**

*Задача семинара:*

Изучить особенности функционирования фокус-группы

*Цель социологического опроса в формате фокус-группы:*

1. Выявить возрастную классификацию определенной кинопродукции

*Задачи:*

1. Присвоить возрастную классификацию кинофильму
2. В процессе дискуссии выявить, оправданы ли показы на экране:
  - а) изображения или описания несчастного случая, аварии, катастрофы, заболевания, смерти;
  - б) изображения или описания жестокости или насилия;
  - в) информации о наркотических средствах или о психотропных или одурманивающих веществах;
  - г) отдельных бранных слов или выражений, не относящихся к нецензурной брани;
  - д) изображений, не эксплуатирующих интереса к сексу и не носящих оскорбительного характера (легкая эротика, эротика);
  - е) изображений или описания действий сексуального характера.
3. Что сегодня может предоставить в ответ отечественный кинематограф? Какие есть проблемы и свершения.

*Социальные роли участников фокус-группы:*

1. Муниципальный чиновник
2. Руководитель промышленного предприятия
3. Член общественного Совета «Матери против войны»
4. Учительница начальных классов

5. Известный кинорежиссер
6. Певица
7. Хозяин (хозяйка) небольшого продуктового магазина
8. Мелкий торговец
9. Бизнесмен средней руки (хозяин небольшого таксомоторного парка)
10. Кинозвезда местного масштаба
11. Водитель общественного транспорта
12. Член неформальной молодежной организации
13. Тренер баскетбольной команды
14. Многодетная мать
15. Активный блогер
16. Социолог

*Методика подготовки и проведения семинара*

1. Студент выбирает социальную роль из списка.
2. *Легенда:* Все собрались в небольшой комнате за круглым столом сразу после просмотра фильма. Фильм еще не в прокате. Необходимо определить его возрастную классификацию. Заодно обсудить «вечные» вопросы, возникающие после просмотра подобных кинофильмов.
3. Для того, чтобы ориентироваться в вопросе статусности фильма, рекомендуется изучить Федеральный закон «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию».
4. По первой задаче отвечает каждый в соответствии со своей социальной ролью. Использовать при ответе все пройденные ранее социологические термины и понятия – социальный институт, аудитория, толпа, общественное мнение, измерения и т.п. Выступление краткое – не дольше 3-5 мин. В заключение – оценка его (фильма) возрастной классификации.
5. По второй задаче – дискуссия. Вопросы злободневные. Можно примешивать свое личное мнение к мнению вашего социального стереотипа. Можно слить с выступлением по первому вопросу.
6. По третьей задаче отвечает «известный кинорежиссер». Присутствующие оппонируют, соглашаются, выдвигают свои версии.
7. Итогом является присвоение классификации фильму. За этим следит «социолог», который ведет дневник фокус-группы.

### **РАЗДЕЛ 3. Эмпирические социологические исследования СМИ**

#### **Семинар 5. Аналитический очерк**

*Цель* - обогащение журналистского инструментария студента адаптированными к практике СМИ социологическими методами исследования социальной действительности

*Задания (на выбор):*

1. Проанализировать журналистский текст, содержание и смысл которого зависит от результатов социологического исследования.

*Методика подготовки к семинару:*

Необходимо написать *аналитический очерк*, придерживаясь следующих требований:

- Определить источник используемых в журналистском материале социологических данных.
- Охарактеризовать использованный источник социологических данных с точки зрения его авторитетности и достоверности предоставленных им результатов.
- Насколько адекватно в журналистском тексте использованы социологические данные?
- С помощью использованных социологических данных постарайтесь сформулировать проблему анализируемого текста и сравнить её с тематикой социологического исследования.
- Зачем автор текста прибег к социологической «аргументации»?
- Соглашается ли автор журналистского текста с результатами социологического исследования?
- Или дает собственную интерпретацию?
- Использует ли журналист социологические данные, чтобы доказать существующую позицию (мнение)?
- Использует ли журналист социологические данные, чтобы сформулировать новый подход (позицию, мнение)?
- Что Вы можете сказать о профессиональном уровне автора журналистского текста?  
Насколько полно автор журналистского текста применил информационный ресурс использованного социологического исследования?\*
- Для какой целевой аудитории СМИ написан анализируемый текст и с какой целью?

*Требования к работе:*

---

\* Для ответа на этот вопрос необходимо сравнить результаты исследования и выводы, сформулированные в журналистском тексте.



- **Объём:** не менее 5-ти страниц (А4) печатного текста (14 кегль, поля по 2 см. со всех сторон);
- **Жанр:** аналитический очерк (существует точная последовательность необходимых операций, но описание результатов работы, а также мотивация выводов зависит от знаний и навыков автора);
- **Критерии оценки:** владение письменным русским языком, умение правильно подобрать журналистский материал для анализа; способность разыскать источник социологических данных, использованных в анализируемом материале; обоснованность выводов; логика композиционного построения работы; знание правил оформления письменных работ.

## **РАЗДЕЛ 4. Эмпирические социологические исследования СМИ**

### **Семинар 6. Учебная научно-практическая конференция на тему «Российские масс-медиа в зеркале социологии журналистики»**

Цель – отработка и укрепление полученных знаний по дисциплине.

*Темы докладов:*

1. Свобода российских СМИ и журналистов: социально-политические и профессиональные аспекты.
2. СМИ: бизнес и общественная миссия – существует ли противоречие и пути его преодоления.
3. Есть ли будущее у традиционной прессы: социологические и культурологические аргументы.
4. Идеологические и аксиологические аспекты современной российской журналистики.
5. Коммуникативные функции СМИ: объединяет или разъединяет журналистика современное российское общество.
6. Российские СМИ и проблема общественного диалога.
7. Дисфункциональные проявления в практике современных российских СМИ: наблюдения над практикой, социологические методы изучения.
8. Масс-медиа и становление гражданского общества в России.
9. Протестные движения и роль СМИ.
10. Доверие к СМИ и журналистам как актуальная социальная и профессиональная проблема.

11. Современная аудитория СМИ: процесс массовизации и индивидуализации информационного потребления в условиях новых медийных возможностей, социологические методы изучения.
12. Традиционные и новые формы участия аудитории в формировании медийного контента.

*Методика подготовки:*

Студент выбирает одну из предложенных в списке тем и готовит по ней выступление в форме научного доклада (около 8-10 мин). Аудитория активно включена в обсуждение тем, по которым высказываются докладчики.

*Приложение 1*

### **АННОТАЦИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**

Дисциплина «Социология журналистики» относится к обязательной части по направлению подготовки 42.03.02 – «Журналистика». Дисциплина реализуется кафедрой журналистики Института массмедиа и рекламы.

**Цели курса:**

- усвоение системы категорий и понятий социологии журналистики, овладение студентами-журналистами совокупностью данных как об общем процессе развития социологического знания, так и его уникальности, реализации образовательных и коммуникативных ресурсов социологии
- определение места и роли журналистики и журналистов в социальной действительности, их значение во взаимодействии социальных групп, институтов, организаций, общества и индивидов;
- обоснование восприятия журналистской продукции как важнейшего источника познания общественной жизни;
- формирование представления о социологической культуре журналиста;
- обогащение методического инструментария журналиста адаптированными к практике СМИ социологическими методами исследования социальной действительности для изучения природы и функционирования СМИ, а также для применения в профессиональной деятельности.

#### **Задачи курса:**

- привлечение внимания студентов к достижениям социологической науки как к ресурсу, раскрывающему индивидуальные качества исследователя, обеспечивающего профессиональный рост и компетентное отношение к получению знаний;
- ознакомление с социологией журналистики как специальной социологической теорией;
- усвоение студентами элементарных понятий социологии журналистики, ознакомление с социологическими подходами к функционированию средств массовой информации (СМИ) в обществе;
- обучение студентов практике использования данных социологических исследований в своей профессиональной деятельности, получение ими навыков социологического анализа, освоение принципов социологической журналистики;
- выявление направлений для практического применения методов социологии журналистики в программировании изданий и каналов, творческой деятельности журналистов, маркетинге и менеджменте СМИ;
- ознакомление с организацией сбора и анализа социологической информации о СМИ в деятельности научных организаций и редакций.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:

ОПК-2. Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и(или) коммуникационных продуктах.

ОПК-4. Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности.

В результате изучения дисциплины студент должен:

**Знать:**

- содержание предметного поля социологии СМИ,
- важность и необходимость социологического подхода к информационным и коммуникационным процессам,
- ориентироваться в различных аспектах реального состояния российского общества, актуальных проблемах, тенденциях развития,
- знать методы изучения аудитории, понимать социальный смысл общественного участия в функционировании СМИ, природу и роль общественного мнения,
- знать основные методы его изучения, использовать эффективные формы взаимодействия с ним;

**Уметь:**

- применять социологические знания к предмету журналистики, ориентироваться в содержательных уровнях социологии СМИ,
- ориентироваться в особенностях информационного поведения аудитории СМИ в процессе потребления и производства массовой информации.
- понимать социальный смысл участия представителей различных сегментов общества (социальных слоев и групп, гражданских объединений) в функционировании СМИ, важность выражения общественного мнения в СМИ,
- анализировать основные тенденции формирования социальной структуры современного общества,
- ориентироваться в различных сферах жизни общества, которые являются объектом освещения в СМИ.

**Владеть:**

- способами и организации общественного диалога в СМИ,
- общесоциологической культурой,
- способностью анализировать основные тенденции формирования социальной структуры современного общества, ориентироваться в различных сферах жизни общества, которые являются объектом освещения в СМИ;

- способностью базироваться на современном представлении о роли аудитории в потреблении и производстве массовой информации, знать методы изучения аудитории, понимать социальный смысл общественного участия в функционировании СМИ, природу и роль общественного мнения, знать основные методы его изучения, использовать эффективные формы взаимодействия с ним.

По дисциплине предусмотрена промежуточная аттестация в форме экзамена.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетных единицы.