

ФГБОУ ВО «БАШКИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
ФАКУЛЬТЕТ БАШКИРСКОЙ ФИЛОЛОГИИ, ВОСТОКОВЕДЕНИЯ И ЖУРНАЛИСТИКИ

Утверждено:
на заседании кафедры
протокол №5 от 8 января 2021 г.

Согласовано:
Председатель УМК факультета башкирской
филологии, востоковедения и журналистики

И.о.зав. кафедрой  /Мустафина Р.Д.

 /Гареева Г.Н.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Дисциплина Социология журналистики

Часть, формируемая участниками образовательных отношений

программа бакалавриата

Направление подготовки

42.03.02 Журналистика

Направленность (профиль) подготовки

Производство продукции телерадиовещательных средств массовой информации

Квалификация

Бакалавр

Разработчик (составитель) Доцент, канд.филол.наук	 /_Алиева С.А.
--	--

Для приема: 2021

Уфа - 2021 г.

Составитель: к.ф.н., доцент Алиева С.А.

Рабочая программа дисциплины утверждена на заседании кафедры от 08 января 2021 г. протокол № 5

Дополнения и изменения, внесенные в программу (изменения во ФГОС по компетенциям, приказ № 770 от 09.06.2021 г.), приняты на заседании кафедры от 23 июня 2021 г. протокол №10

И.о.зав. кафедрой



Мустафина Р.Д.

Дополнения и изменения, внесенные в рабочую программу дисциплины, утверждены на заседании кафедры _____

_____,
протокол № ____ от « ____ » _____ 20 _ г.

Дополнения и изменения, внесенные в рабочую программу дисциплины, утверждены на заседании кафедры _____

_____,
протокол № ____ от « ____ » _____ 20 _ г.

Заведующий кафедрой

_____ / _____ Ф.И.О./

Список документов и материалов

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с установленными в образовательной программе индикаторами достижения компетенций	4
2. Цель и место дисциплины в структуре образовательной программы	4
3. Содержание рабочей программы (объем дисциплины, типы и виды учебных занятий, учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся)	5
4. Фонд оценочных средств по дисциплине	5
4.1. Перечень компетенций и индикаторов достижения компетенций с указанием соотнесенных с ними запланированных результатов обучения по дисциплине. Описание критериев и шкал оценивания результатов обучения по дисциплине	6
4.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценивания результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с установленными в образовательной программе индикаторами достижения компетенций. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания результатов обучения по дисциплине	8
5. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины	16
5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины	16
5.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и программного обеспечения, необходимых для освоения дисциплины, включая профессиональные базы данных и информационные справочные системы	16
6. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине	17

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с установленными в образовательной программе индикаторами достижений

В результате освоения образовательной программы обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине:

Категория (группа) компетенций	Формируемая компетенция (с указанием кода)	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине
Участие в разработке и коррекции концепции медиапроекта, определении его формата в различных видах программирования, планирования	ПК-11 Способен к оценке рейтинговых позиций существующих продуктов и планированию будущих проектов	ПК 11.1. Знает: конъюнктуру рынка медиапродуктов; особенности целевой аудитории, ее социальные и психологические характеристики	Знает конъюнктуру рынка медиапродуктов; особенности целевой аудитории, ее социальные и психологические характеристики
		ПК 11.2. Умеет: выбирать наиболее эффективные методы, способы и средства получения информации; анализировать данные зрительского поведения и конкурентного окружения, следить за новыми тенденциями на рынке; определять сильные и слабые стороны конкурентов; использовать данные социологических исследований по изучению спроса на продукты телерадиовещательных СМИ; работать с большим объемом информации; обосновывать и принимать стратегические решения	Умеет выбирать наиболее эффективные методы, способы и средства получения информации; анализировать данные зрительского поведения и конкурентного окружения, следить за новыми тенденциями на рынке; определять сильные и слабые стороны конкурентов; использовать данные социологических исследований по изучению спроса на продукты телерадиовещательных СМИ; работать с большим объемом информации; обосновывать и принимать стратегические решения
		ПК 11.3. Владеет: навыками определения необходимости исследования спроса на продукты/проекты; анализа результатов мониторинга рейтингов телерадиовещательных средств массовой информации; оценки эффективности и актуальности продукта/проекта;	Владеет навыками определения необходимости исследования спроса на продукты/проекты; анализа результатов мониторинга рейтингов телерадиовещательных средств массовой информации; оценки эффективности и актуальности продукта/проекта;

		<p>формирования предложения о приобретении или создании нового продукта, отвечающего концепции телерадиовещательного СМИ, по оперативному изменению программы передач</p>	<p>формирования предложения о приобретении или создании нового продукта, отвечающего концепции телерадиовещательного СМИ, по оперативному изменению программы передач</p>
--	--	---	---

1. Цель и место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Социология журналистики» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений.

Дисциплина изучается на 4 курсе в 7 семестре очного отделения и на 5 курсе заочного отделения (летняя сессия).

Цели изучения дисциплины: формирование у студентов понимания социальной природы, социальных функций журналистики и осознания важности участия представителей различных сегментов общества в функционировании СМИ; расширение представления студентов о социологической культуре журналиста, роли аудитории в потреблении и производстве массовой информации; формирование у студентов навыков работы с источниками информации, социологическими методами исследования социальной действительности.

2. Содержание рабочей программы (объем дисциплины, типы и виды учебных занятий, учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся)

Содержание рабочей программы представлено в Приложении № 1.

3. Фонд оценочных средств по дисциплине

4.1. Перечень компетенций и индикаторов достижения компетенций с указанием соотнесенных с ними запланированных результатов обучения по дисциплине. Описание критериев и шкал оценивания результатов обучения по дисциплине.

ПК-11 Способен к оценке рейтинговых позиций существующих продуктов и планированию будущих проектов

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине	Критерии оценивания результатов обучения			
		2 Не удовлетворительно	3 («Удовлетворительно»)	4 («Хорошо»)	5 («Отлично»)
ПК -11.1. Знает: конъюнктуру рынка медиа-продуктов; особенности целевой аудитории, ее социальные и психологические характеристики	Знать: конъюнктуру рынка медиа-продуктов; особенности целевой аудитории, ее социальные и психологические характеристики	Не знает конъюнктуру рынка медиа-продуктов; особенности целевой аудитории, ее социальные и психологические характеристики	Демонстрирует слабые знания конъюнктуры рынка медиа-продуктов; особенностей целевой аудитории, ее социальных и психологических характеристик	Знает конъюнктуру рынка медиа-продуктов; Особенности целевой аудитории, ее социальные и психологические характеристики	Демонстрирует успешные знания конъюнктуры рынка медиа-продуктов; особенностей целевой аудитории, ее социальных и психологических характеристик
ПК -11.2. Умеет: выбирать наиболее эффективные методы, способы и средства получения информации; анализировать данные зрительского поведения и конкурентного окружения, следить за новыми тенденциями на рынке; определять сильные и слабые стороны конкурентов; использовать данные социологических исследований по изучению спроса на продукты телерадиовещательных СМИ; работать с большим объемом информации; обосновывать и принимать	Уметь: выбирать наиболее эффективные методы, способы и средства получения информации; анализировать данные зрительского поведения и конкурентного окружения, следить за новыми тенденциями на рынке; определять сильные и слабые стороны конкурентов; использовать данные социологических исследований по изучению спроса на продукты телерадиовещательных СМИ; работать с большим объемом информации; обосновывать и принимать стратегические решения	Не умеет выбирать наиболее эффективные методы, способы и средства получения информации; анализировать данные зрительского поведения и конкурентного окружения, следить за новыми тенденциями на рынке; определять сильные и слабые стороны конкурентов; использовать данные социологических исследований по изучению спроса на продукты телерадиовещательных СМИ; работать с большим объемом информации; обосновывать и	Демонстрирует слабые умения выбирать наиболее эффективные методы, способы и средства получения информации; анализировать данные зрительского поведения и конкурентного окружения, следить за новыми тенденциями на рынке; определять сильные и слабые стороны конкурентов; использовать данные социологических исследований по изучению спроса на продукты телерадиовещательных СМИ; работать с большим объемом информации;	Умеет выбирать наиболее эффективные методы, способы и средства получения информации; анализировать данные зрительского поведения и конкурентного окружения, следить за новыми тенденциями на рынке; определять сильные и слабые стороны конкурентов; использовать данные социологических исследований по изучению спроса на продукты телерадиовещательных СМИ; работать с большим объемом информации; обосновывать и принимать	Демонстрирует исчерпывающие умения выбирать наиболее эффективные методы, способы и средства получения информации; анализировать данные зрительского поведения и конкурентного окружения, следить за новыми тенденциями на рынке; определять сильные и слабые стороны конкурентов; использовать данные социологических исследований по изучению спроса на продукты телерадиовещательных СМИ; работать с большим объемом информации; обосновывать и принимать стратегические

стратегические решения		принимать стратегические решения	обосновывать и принимать стратегические решения	стратегические решения	решения
ПК -11.3. Владеет: навыками определения необходимости исследования спроса на продукты/проекты; анализа результатов мониторинга рейтингов телерадиовещательных средств массовой информации; оценки эффективности и актуальности продукта/проекта; формирования предложения о приобретении или создании нового продукта, отвечающего концепции телерадиовещательного СМИ, по оперативному изменению программы передач	Владеть: навыками определения необходимости исследования спроса на продукты/проекты; анализа результатов мониторинга рейтингов телерадиовещательных средств массовой информации; оценки эффективности и актуальности продукта/проекта; формирования предложения о приобретении или создании нового продукта, отвечающего концепции телерадиовещательного СМИ, по оперативному изменению программы передач	Не владеет навыками определения необходимости исследования спроса на продукты/проекты; анализа результатов мониторинга рейтингов телерадиовещательных средств массовой информации; оценки эффективности и актуальности продукта/проекта; формирования предложения о приобретении или создании нового продукта, отвечающего концепции телерадиовещательного СМИ, по оперативному изменению программы передач	Демонстрирует слабые навыки определения необходимости исследования спроса на продукты/проекты; анализа результатов мониторинга рейтингов телерадиовещательных средств массовой информации; оценки эффективности и актуальности продукта/проекта; формирования предложения о приобретении или создании нового продукта, отвечающего концепции телерадиовещательного СМИ, по оперативному изменению программы передач	Владеет навыками определения необходимости исследования спроса на продукты/-проекты; анализа результатов мониторинга рейтингов телерадиовещательных средств массовой информации; оценки эффективности и актуальности продукта/-проекта; формирования предложения о приобретении или создании нового продукта, отвечающего концепции телерадиовещательного СМИ, по оперативному изменению программы передач	Успешно владеет навыками определения необходимости исследования спроса на продукты/проекты; анализа результатов мониторинга рейтингов телерадиовещательных средств массовой информации; оценки эффективности и актуальности продукта/проекта; формирования предложения о приобретении или создании нового продукта, отвечающего концепции телерадиовещательного СМИ, по оперативному изменению программы передач

Шкалы для оценивания экзамена:

от 45 до 59 баллов – «удовлетворительно»;

от 60 до 79 баллов – «хорошо»;

от 80

баллов

–

«отлично».

4.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценивания результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с установленными в образовательной программе индикаторами достижения компетенций. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания результатов обучения по дисциплине

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине	Оценочные средства
ПК -11.1. Знает: конъюнктуру рынка медиа-продуктов; особенности целевой аудитории, ее социальные и психологические характеристики	Знать: конъюнктуру рынка медиа-продуктов; особенности целевой аудитории, ее социальные и психологические характеристики	1. Индивидуальный опрос 2. Доклад
ПК -11.2. Умеет: выбирать наиболее эффективные методы, способы и средства получения информации; анализировать данные зрительского поведения и конкурентного окружения, следить за новыми тенденциями на рынке; определять сильные и слабые стороны конкурентов; использовать данные социологических исследований по изучению спроса на продукты телерадиовещательных СМИ; работать с большим объемом информации; обосновывать и принимать стратегические решения	Уметь: выбирать наиболее эффективные методы, способы и средства получения информации; анализировать данные зрительского поведения и конкурентного окружения, следить за новыми тенденциями на рынке; определять сильные и слабые стороны конкурентов; использовать данные социо-логических исследований по изучению спроса на продукты телерадио-вещательных СМИ; с большим объемом информации; обосновывать и принимать стратегические решения	1. Индивидуальный опрос 2. Доклад 3. Тестовое задание
ПК -11.3. Владеет: навыками определения необходимости исследования спроса на продукты/проекты; анализа результатов мониторинга рейтингов телерадиовещательных средств массовой информации; оценки эффективности и актуальности продукта/проекта; формирования предложения о приобретении или создании нового продукта, отвечающего концепции телерадиовещательного СМИ, по оперативному изменению программы передач	Владеть: навыками определения необходимости исследования спроса на продукты/проекты; анализа результатов мониторинга рейтингов телерадиовещательных средств массовой информации; оценки эффективности и актуальности продукта/проекта; формирования предложения о приобретении или создании нового продукта, отвечающего концепции телерадиовещательного СМИ, по оперативному изменению программы передач	1. Индивидуальный опрос 2. Доклад 3. Тестовое задание

Рейтинг-план дисциплины

Рейтинг–план дисциплины представлен в приложении 2.

Экзаменационные билеты

Структура экзаменационного билета.

Билет состоит из двух вопросов, позволяющий проверить теоретические, практические навыки и умения студентов по данному предмету.

Вопросы для экзамена

1. Журналистика и социология: область взаимодействия
2. Социолингвистический анализ журналистского текста.
3. Предмет, цель, задачи, функции социологии журналистики
4. Опросы общественного мнения как политическая технология в информационном пространстве телевидения, радио, газет (П.Бурдье, П. Шампань).
5. Взгляды мыслителей XVII-XVIII вв. о свободе печати и роли прессы в обществе
6. Методика контент-анализа в труде журналиста.
7. Взгляды К. Маркса, В. Ленина на роль печати
8. Интервью и наблюдение в труде журналиста: методы обеспечения точности и достоверности.
9. М. Вебер о журналистах и журналистике, социологическом изучении прессы
10. Понятие и особенности «массовой культуры»: роль СМИ в ее тиражировании.
11. Роль и значение СМИ в теории социокультурного воздействия массовой коммуникации на жизнь общества (М. Маклюэн)
12. Социологический эксперимент в творчестве журналиста.
13. Социальные функции и модель массовой коммуникации в представлениях Г. Лассуэлла
14. Общественное мнение и мнение аудитории.
15. Социальная система и политическая коммуникация: роль журналистики
16. Опрос в редакционной практике: обработка результатов, оценка достоверности.
17. Теория «двухступенчатого потока информации» во взаимодействии прессы и аудитории. «Лидеры мнений» в восприятии журналистской продукции (П. Лазарфельд)
18. Критерии эффективности СМИ.
19. Традиции и опыт социологии журналистики в России
20. Аудитория СМИ: цель и методы изучения. Сущность и значение обратной связи.
21. Социальная система и журналист. Коммуникатор, информатор, медиатор, реципиент как субъекты информационных отношений
22. Публицистический прогноз в журналистике.
23. Проблематика социологических исследований СМИ
24. Журналист как объект социологии журналистики.
25. Социальные функции СМИ
26. Публикация в прессе результатов социологического исследования: основные требования, принципы и методы подачи.
27. Применение социологической теории, подходов, методов в журналистской работе
28. Способы измерения теле- и радио аудитории.
29. Назначение, понятие и структура социожурналистики
30. Экспертный опрос в журналистском творчестве: процедура и обработка результатов экспертизы.
31. Информационный маркетинг и реклама: связь с социологией СМИ
32. СМИ как особый вид массовых коммуникаций.

33. Эмпирические исследования СМИ: процедура и методы
34. Роль СМИ в процессе социализации.
35. Эмпирические исследования СМИ: процедура и методы
36. Роль СМИ в процессе социализации.
37. СМИ и национальная идентичность
38. Различия социально-организационной и социально-креативной функций журналистики.
39. Факторы, влияющие на участие в СМИ граждан
40. Критерии сегментирования аудитории.

Образец экзаменационного билета:

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ФГБОУ ВО БАШКИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ БАШКИРСКОЙ ФИЛОЛОГИИ, ВОСТОКОВЕДЕНИЯ И ЖУРНАЛИСТИКИ
Кафедра журналистики
2020-2021 учебный год

Дисциплина: Социология журналистики

Направление подготовки: 42.03.02. Журналистика

Направленность (профиль подготовки): Производство продукции телерадиовещательных средств массовой информации

4 курс

Экзаменационный билет № 1

1. Журналистика и социология: область взаимодействия
2. Социолингвистический анализ журналистского текста.

И.о. зав. кафедрой журналистики

к.ф.н., доц. Р.Д.Мустафина

Перевод оценки из 100-балльной в четырехбалльную производится следующим образом:

- отлично – от 80 до 110 баллов (включая 10 поощрительных баллов);
- хорошо – от 60 до 79 баллов;
- удовлетворительно – от 45 до 59 баллов;
- неудовлетворительно – менее 45 баллов.

Критерии оценивания ответа на экзамене для очной формы обучения:

Критерии оценки (в баллах)

- **25-30 баллов** выставляется студенту, если студент дал полные, развернутые ответы на все теоретические вопросы билета, продемонстрировал знание функциональных возможностей, терминологии, основных элементов, умение применять теоретические знания при выполнении практических заданий. Студент без затруднений ответил на все дополнительные вопросы. Практическая часть работы выполнена полностью без неточностей и ошибок;

- **17-24 баллов** выставляется студенту, если студент раскрыл в основном теоретические вопросы, однако допущены неточности в определении основных понятий. При ответе на дополнительные вопросы допущены небольшие неточности. При выполнении практической части работы допущены несущественные ошибки;

- **10-16 баллов** выставляется студенту, если при ответе на теоретические вопросы студентом допущено несколько существенных ошибок в толковании основных понятий. Логика и полнота

ответа страдают заметными изъянами. Заметны пробелы в знании основных методов. Теоретические вопросы в целом изложены достаточно, но с пропусками материала. Имеются принципиальные ошибки в логике построения ответа на вопрос. Студент не решил задачу или при решении допущены грубые ошибки;

- 1-10 баллов выставляется студенту, если ответ на теоретические вопросы свидетельствует о непонимании и крайне неполном знании основных понятий и методов. Обнаруживается отсутствие навыков применения теоретических знаний при выполнении практических заданий. Студент не смог ответить ни на один дополнительный вопрос

Критерии оценивания ответа на экзамене для заочной формы обучения:

«Отлично» выставляется студенту, если студент дал полные, развернутые ответы на все теоретические вопросы билета, продемонстрировал знание функциональных возможностей, терминологии, основных элементов, умение применять теоретические знания при выполнении практических заданий. Студент без затруднений ответил на все дополнительные вопросы. Практическая часть работы выполнена полностью без неточностей и ошибок;

«Хорошо» выставляется студенту, если студент раскрыл в основном теоретические вопросы, однако допущены неточности в определении основных понятий. При ответе на дополнительные вопросы допущены небольшие неточности. При выполнении практической части работы допущены несущественные ошибки;

«Удовлетворительно» выставляется студенту, если при ответе на теоретические вопросы студентом допущено несколько существенных ошибок в толковании основных понятий. Логика и полнота ответа страдают заметными изъянами. Заметны пробелы в знании основных методов. Теоретические вопросы в целом изложены достаточно, но с пропусками материала. Имеются принципиальные ошибки в логике построения ответа на вопрос. Студент не решил задачу или при решении допущены грубые ошибки;

«Неудовлетворительно» выставляется студенту, если ответ на теоретические вопросы свидетельствует о непонимании и крайне неполном знании основных понятий и методов. Обнаруживается отсутствие навыков применения теоретических знаний при выполнении практических заданий. Студент не смог ответить ни на один дополнительный вопрос.

Примерные вопросы для индивидуальных опросов

Индивидуальный опрос проводится после изучения теоретического материала модуля с целью выяснения наиболее сложных вопросов, степени усвоения учебного теоретического материала. Это метод контроля применяется для оценки знания одного студента или группы.

Вопрос задается всей группе, затем необходима небольшая пауза для того, чтобы все студенты приготовились к ответу, а вызывают для ответа конкретного студента. Чтобы группа слушала ответ своего товарища, студентам предлагается оценить полноту и глубину ответа в виде рецензирования. Оценивается ответ не только отвечающего студента, но и тех, кто участвовал в обсуждении.

Вопросы:

1. Как проводится контент-анализ СМИ?
2. Что такое рейтинг и рейтинговое измерение?
3. Какие типы и методики рейтинговых измерений Вам известны?
4. Как понимаете интерактивность в электронных медиа?
5. Как проводятся интерактивные опросы в СМИ?
6. Как влияет СМИ на аудиторию?
7. Какие маркетинговые исследования рынка СМИ знаете?
8. Отличие социального и профессионального статусов журналиста.
9. Как обеспечивается репрезентативность в соцопросах?

10. Перечислите основные требования, принципы и методы подачи публикации в прессе результатов социологического исследования.

11. Есть ли разница между понятиями «общественное мнение» и «мнение аудитории»?

12. Как понимаете самоидентификацию творческого работника СМИ?

Критерии оценки в баллах для очной формы обучения:

- **5 баллов** выставляется студенту, если: 1) демонстрирует умение анализировать и теоретически оценивать эмпирические факты; 2) он устанавливает междисциплинарные связи; 3) обнаруживает аналитический подход в освещении разных концепций; 4); приводит убедительные примеры из практики работы журналистов; 5) обосновывает свою точку зрения;

- **4 балла** выставляется студенту, если выполнено всего 4 из вышеуказанных условий;

- **3 балла** выставляется студенту, если выполнено всего 3 из вышеуказанных условий;

- **2 балла** выставляется студенту, если проявил неудовлетворительное владение материалом работы и не смог ответить на большинство поставленных вопросов по теме. Студент продемонстрировал недостаточный уровень владения умениями и навыками при решении профессиональных задач в рамках усвоенного учебного материала;

- **1 балл** выставляется студенту, если нет понимания вопроса, допущены ошибки в определении понятий, использовании терминологии, не смог ответить ни на один поставленный вопрос по теме. Студент продемонстрировал полное отсутствие владения умениями и навыками при решении профессиональных задач в рамках усвоенного учебного материала.

Критерии оценки для заочной формы обучения:

«**Зачтено**» выставляется, если: 1) демонстрирует умение анализировать и теоретически оценивать эмпирические факты; 2) он устанавливает междисциплинарные связи; 3) обнаруживает аналитический подход в освещении разных концепций; 4); приводит убедительные примеры из практики работы журналистов; 5) обосновывает свою точку зрения;

«**Не зачтено**» выставляется студенту, если нет понимания вопроса, допущены ошибки в определении понятий, использовании терминологии, не смог ответить ни на один поставленный вопрос по теме.

Доклад:

Доклад рассчитан на 15 минут. Структурно он должен состоять из трех частей: вводной, основной и заключительной. Во вводной части доклада обычно раскрывается научно-практическое значение темы сообщения, перечисляются основные вопросы содержания доклада. В основной части излагается материал, приводятся точки зрения на выдвинутую проблему. Студенту желательно высказать собственное мнение по излагаемой теме. В заключительной части доклада делаются краткое обобщение выступления и выводы.

Примерные темы докладов:

1. Журналистика и социология: область взаимодействия.
2. Журналистика как социально-психологический фактор формирования сознания и поведения аудитории (А. Шопенгауэр, Ф. Ницше, У. Липпманн, Э. Фромм, Г. Малецке).
3. Роль и значение СМИ в теории социокультурного воздействия массовой коммуникации на жизнь общества (М. Маклюэн).
4. Понятие и особенности «массовой культуры»: роль СМИ в ее тиражировании.
5. Опросы общественного мнения как политическая технология в информационном пространстве телевидения, радио, газет (П. Бурдьё, П. Шампань).
6. Традиции и опыт социологии журналистики в России.
7. Свобода СМИ и ответственность журналиста.
8. Социальные аспекты личности журналиста. Нравственно-этические начала журналистской деятельности.

9. Культура социологического мышления журналиста как показатель его профессиональной зрелости.
10. Журналист в массовой коммуникации: социальная роль и ее творческая реализация.
11. Экспертный опрос в журналистском творчестве: процедура и обработка результатов экспертизы.
12. Обзор материалов одного из номеров журнала «Социологические исследования». Что здесь важно и полезно для журналистов?
13. Социальные функции СМИ: предназначение и реальное исполнение (на материалах российской и зарубежной журналистики).
14. Различия социологического и журналистского интервью.

Критерии оценки в баллах для очной формы обучения:

- **5 баллов** выставляется студенту, если: 1. студент показал умение выделить основную идею, показать обзор мнений, 2. раскрыл тему выступления, грамотно оформил презентацию; 3. использованы конкретные примеры из медиапрактики; 4. правильность и своевременность ответов на дополнительные вопросы; 5. оформление доклада в соответствии с требованиями и сдача его преподавателю;
- **4 балла** выставляется студенту, если выполнено всего 4 (1-4) из вышеуказанных условий;
- **3 балла** выставляется студенту, если выполнено всего 3 (1-3) из указанных условий;
- **2 балла** выставляется студенту, если он показал общий обзор мнений, не смог ответить на дополнительные вопросы, но оформил доклад в соответствии с требованиями;
- **1 балл** выставляется студенту, если он продемонстрировал неудовлетворительное владение материалом.

Критерии оценки для заочной формы обучения:

- «**Зачтено**» выставляется, если: 1. студент показал умение выделить основную идею, показать обзор мнений, 2. раскрыл тему выступления, грамотно оформил презентацию; 3. использованы конкретные примеры из медиапрактики; 4. правильность и своевременность ответов на дополнительные вопросы; 5. оформление доклада в соответствии с требованиями и сдача его преподавателю;
- «**Не зачтено**» выставляется студенту, если он показал общий обзор мнений, не смог ответить на дополнительные вопросы, но оформил доклад в соответствии с требованиями.

Комплект тестов

Тест проводится по окончании 1 и 2 Модулей в качестве рубежного контроля. Тестовые задания составлены с учетом тем каждого модуля и состоят из 15 вопросов.

Критерии оценки в баллах для очной формы обучения:

- 15** баллов выставляется студенту, если правильно ответил на все 15 вопросов;
- 10 -14** баллов выставляется студенту, если правильно ответил на 10-14 вопросов;
- 5 - 9** баллов выставляется студенту, если правильно ответил на 5-9 вопросов;
- 1- 4** баллов выставляется студенту, если правильно ответил на 1-4 вопроса.

Критерии оценки для заочной формы обучения:

- «**Зачтено**» выставляется, если студент правильно ответил на 10-14 вопросов;
- «**Не зачтено**» выставляется студенту, если правильно ответил всего на 1-3 вопроса.

Варианты тестов – Приложение 3

5. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

Основная литература («О»)

1. Социология журналистики : учеб. пособие / под ред. С. Г. Корконосенко .— М. : Аспект-Пресс, 2004 .— 318 с. (библиотека БашГУ, читальный зал №2, 33 экз., подвал главного корпуса)
2. [Федотова, Лариса Николаевна](#). Социология массовой коммуникации / Л. Н. Федотова .— М. : Аспект Пресс, 2002 .— 238 с. (62 экз.)

Дополнительная литература («Д»):

1. Фомичева, И.Д. Социология СМИ: Учеб. пособие для студентов вузов. [[Электронный ресурс](#)] — Электрон. дан. — М. : Аспект Пресс, 2012. — 360 с. — Режим доступа: <http://e.lanbook.com/book/68847>
2. Сидоров, В.А. 10 Рассуждений о социологии журналистики : учебное пособие / В.А. Сидоров. - Санкт-Петербург : Петрополис, 2012. - 312 с. : ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-96-76-0456-0 ; То же [[Электронный ресурс](#)]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=255091>
3. Алиева С.А. Социология журналистики [[Электронный ресурс](#)]: методические указания / БашГУ; сост. С. А. Алиева. — Уфа: РИЦ БашГУ, 2018. — Электрон. версия печ. публикации. — Доступ возможен через Электронную библиотеку БашГУ. — <URL:https://elib.bashedu.ru/dl/local/Alieva_sost_Sociologija_zhurnalistiki_mu_2018.pdf>.

5.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и программного обеспечения, необходимых для освоения дисциплины, включая профессиональные базы данных и информационные справочные системы

В ходе подготовки к практическим занятиям, а также выполнении заданий для самостоятельной работы обучающиеся могут при необходимости использовать возможности информационно- справочных систем, электронных библиотек и архивов БашГУ.

Пользователям библиотеки БашГУ предоставляется возможность использования следующих электронных информационных ресурсов:

1. Windows 8 Russian. Windows Professional 8 Russian Upgrade. Договор №104 от 17.06.2013 г. Лицензии бессрочные.
2. Microsoft Office Standard 2013 Russian. Договор №114 от 12.11.2014 г. Лицензии бессрочные.
3. Система централизованного тестирования БашГУ (Moodle).

№	Учебные и научные ресурсы	Характеристика	Доступ	Регистрация	Ссылка на ресурс
Учебные ресурсы					
1.	Электронно-библиотечная система «Электронный читальный зал»	Полнотекстовая БД учебных и научных электронных изданий, которая	Авторизованный доступ по паролю из любой точки сети Интернет	Регистрация из сети БашГУ, дальнейший доступ из	https://bashedu.bibliotech.ru/Account/LogOn

		включает издания преподавателей БашГУ		любой точки сети Интернет	
2.	Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека online»	Полнотекстовая БД учебных и научных электронных изданий	Авторизованный доступ по паролю из любой точки сети Интернет	Регистрация из сети БашГУ, дальнейший доступ из любой точки сети Интернет	http://www.biblioclub.ru/
3.	Электронно-библиотечная система издательства «Лань»	Полнотекстовая БД учебных и научных электронных изданий	Авторизованный доступ по паролю из любой точки сети Интернет	Регистрация из сети БашГУ, дальнейший доступ из любой точки сети Интернет	http://e.lanbook.com/
Российские научные ресурсы					
4.	Научная электронная библиотека (eLibrary)	Полнотекстовая и аннотированная БД электронных научных изданий и публикаций в периодических изданиях; доступ к информационно-аналитической системе Science Index	Авторизованный доступ по паролю в сети вуза. Пользование ресурсами открытого доступа с любого компьютера в сети Интернет	Регистрация из сети БашГУ	http://elibrary.ru/
5.	База данных «Вестники Московского университета» (на платформе East View)	Полнотекстовая БД научных статей, опубликованных в журнале «Вестник МГУ» (25 серий)	Доступ в сети вуза	Без регистрации	http://online.ebiblioteka.ru/
6.	База данных «Издания по общественным и гуманитарным наукам» (на платформе East View)	Полнотекстовая БД статей, опубликованных в научных журналах (более 80 названий)	Доступ в сети вуза	Без регистрации	http://online.ebiblioteka.ru/
7.	База данных «POLPRED»		Доступ в сети вуза	Без регистрации	http://www.polpred.com/
8.	Электронная база данных диссертаций РГБ	Полнотекстовая БД электронных диссертаций,	Авторизованный доступ по паролю в сети	Регистрация в Отделе Электронной	http://www.diss.rsl.ru/

		хранящихся в РГБ	вуза	информации Библиотеки (корпус физмата, к.201)	
Зарубежные научные ресурсы					
9.	SCOPUS	Наукометрическая, библиографическая и реферативная база данных издательской корпорации Elsevier. Язык английский	Доступ в сети вуза	Без регистрации	http://www.scopus.com/
10.	Taylor and Francis	Полнотекстовые научные журналы, книги и реферативные журналы. В ресурс включены издания по химии, физике, биологии, наукам о земле, медицине, инженерным и компьютерным наукам, математике, статистике и информатике, а также по экономике и менеджменту, социологии, образованию, праву, филологии, искусствоведению, психологии и т. д. Язык английский	Доступ в сети вуза	Без регистрации	http://www.tandfonline.com/

6. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Наименование специализированных аудиторий, кабинетов, лабораторий	Вид занятий	Наименование оборудования, программного обеспечения
1	2	3
<p>1. Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа: аудитория № 415 (главный корпус), аудитория № 414 (главный корпус)</p> <p>2. Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа:</p>	<p>Лекции,</p> <p>практические,</p>	<p style="text-align: center;">Аудитория № 415.</p> <p>Учебная мебель, учебно-наглядные пособия, доска, экран настенный Classic Solution - 1 шт. модель W 243x182/3 MW-SO/W; проектор мультимедийный EPSON EB-2250U - 1 шт.</p> <p style="text-align: center;">Аудитория № 414.</p> <p>Учебная мебель, учебно-наглядные пособия, экран настенный для проектора</p>

<p>Лаборатория компьютерной филологии № 412 (главный корпус), аудитория № 415, (главный корпус)</p> <p>3. Учебная аудитория для проведения групповых и индивидуальных консультаций: учебная аудитория для текущего контроля и промежуточной аттестации: Лаборатория ИТ № 312 (главный корпус)</p> <p>4.5. Помещения для самостоятельной работы: Читальный зал № 1 (главный корпус)</p>	<p>консультации,</p> <p>текущий контроль, промежуточная аттестация,</p> <p>самостоятельная работа</p>	<p>DINON Electric L 274*366 MW - 1 шт., проектор мультимедийный MITSUBISHI EX 320U XGA, акустическая система APart MASK 4T-W- 6 шт.</p> <p>Лаборатория компьютерной филологии № 412</p> <p>Учебная мебель, шкаф, доска, видеокамера Sony PXW-70 – 1 шт., системный блок USN Quad Core 3,2 GHz Gb / Hdd 500 Gb / H 81 / TX 450 W / мышь USB / LSD монитор 1,5" / Vin 10 Pro – 2 шт., персональный компьютер i7/H170/8Gb/HDD1Tb/SSD1120/DVD-RW/ATX450W/2 – 1 шт.</p> <p>Лаборатория ИТ № 312</p> <p>Учебная мебель, доска, учебно-наглядные пособия, трибуна, интерактивная доска SMART с проектором V25 – 1 шт., 12 компьютеров – системный блок USN Quad Core 3,2 GHz Gb / Hdd 500 Gb / H 81 / TX 450 W / мышь USB / LSD монитор 1,5" / Vin 10 Pro</p> <p>Читальный зал № 1</p> <p>Учебная мебель, учебно-наглядные пособия, стенд по пожарной безопасности, моноблоки стационарные – 5 шт., принтер – 1 шт., сканер – 1 шт.</p>
--	---	---

СОДЕРЖАНИЕ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ

дисциплины Социология журналистики на 7 семестр

очная
форма обучения

Вид работы	Объем дисциплины
Общая трудоемкость дисциплины (ЗЕТ / часов)	3 ЗЕТ / 108
Учебных часов на контактную работу с преподавателем:	37,2
Лекций	18
практических/ семинарских	18
Лабораторных	-
других (групповая, индивидуальная консультация и иные виды учебной деятельности, предусматривающие работу обучающихся с преподавателем) (ФКР)	1,2
Учебных часов на самостоятельную работу обучающихся (СР)	36
Учебных часов на подготовку к экзамену/зачету/дифференцированному зачету (Контроль)	34.8

Форма контроля: экзамен 7 семестр

№ п/п	Тема и содержание	Форма изучения материалов: лекции, практические занятия, семинарские занятия, лабораторные работы, самостоятельная работа и трудоемкость (в часах)				Основная и дополнительная литература, рекомендуемая студентам (номера из списка)	Задания по самостоятельной работе студентов	Форма текущего контроля успеваемости (коллоквиумы, контрольные работы, компьютерные тесты и т.п.)
		ЛК	ПР/СЕМ.	ЛР	СР			
1	2	3	4	5	6	7	8	9
1	Возникновение и пути развития социологического знания о журналистике	2	2		4	О – 1, 2; Д – 1,2,3	Самостоятельное изучение рекомендуемой основной и дополнительной литературы, ознакомление с РПД	Индивидуальный опрос
2.	Социологический подход в журналистской деятельности. Социожурналистика.	2	2		4	О – 1, 2; Д – 1,2	Выполнение практического задания (подготовить доклад)	Проверка доклада
3	Стандартизированный социологический опрос и его применение в журналистике	3	3		6	О – 1, 2; Д – 1,2	Выполнение задания по теме 1 -2	Индивидуальный опрос
4	Метод анализа документов в социологии и журналистике	2	2		4	О – 1, 2; Д – 1,2	Выполнение практического задания (подготовить доклад)	Проверка доклада Тестовое задание
	Итог Модуль 1	9	9		18			
5	Метод наблюдения в	3	2		6	О – 1, 2; Д – 1,2	Выполнение задания	Индивидуальный

	социологии и журналистике . Экспериментальный метод в социологии и журналистике							опрос
6	Эмпирические социологические исследования СМИ и аудитории	2	2		4	О – 1, 2; Д – 1,2	Выполнение практического задания (подготовить доклад)	Проверка доклада
7	Журналистский коллектив как объект социологии.	2	3		4	О – 1, 2; Д – 1,2	Выполнение задания по темам 3-4	Индивидуальный опрос
8	Социологический анализ журналистского текста	2	2		4	О – 1, 2; Д – 1,2	Самостоятельное изучение рекомендуемой основной и дополнительной литературы (подготовить доклад)	Проверка доклада Тестовое задание
	Итог Модуль 2	9	9		18			
	Всего часов:	18	18		36			

СОДЕРЖАНИЕ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ

дисциплины **Социология журналистики**(2 сессия)

заочная
форма обучения

Вид работы	Объем дисциплины
Общая трудоемкость дисциплины (ЗЕТ / часов)	3 ЗЕТ / 108
Учебных часов на контактную работу с преподавателем:	17,2
Лекций	8
практических/ семинарских	8
Лабораторных	-
других (групповая, индивидуальная консультация и иные виды учебной деятельности, предусматривающие работу обучающихся с преподавателем) (ФКР)	1,2
Учебных часов на самостоятельную работу обучающихся (СР)	83
Учебных часов на подготовку к экзамену/зачету/дифференцированному зачету (Контроль)	7,8

Форма контроля: экзамен

№ п/п	Тема и содержание	Форма изучения материалов: лекции, практические занятия, семинарские занятия, лабораторные работы, самостоятельная работа и трудоемкость (в часах)				Основная и дополнительная литература, рекомендуемая студентам (номера из списка)	Задания по самостоятельной работе студентов	Форма текущего контроля успеваемости (коллоквиумы, контрольные работы, компьютерные тесты и т.п.)
		ЛК	ПР/С ЕМ.	ЛР	СР			
1	2	3	4	5	6	7	8	9
1	Возникновение и пути развития социологического знания о журналистике	1	1		11	О – 1, 2; Д – 1,2,3	Самостоятельное изучение рекомендуемой основной и дополнительной литературы	Индивидуальный опрос
2	Социологический подход в журналистской деятельности. Социожурналистика.	1	1		11	О – 1, 2; Д – 1,2	Выполнение практического задания (подготовить доклад)	Проверка доклада
3	Стандартизированный социологический опрос и его применение в журналистике	1	1		11	О – 1, 2; Д – 1,2	Выполнение задания по темам	Индивидуальный опрос

4	Метод анализа документов в социологии и журналистике	1	1		10	О – 1, 2; Д – 1,2	Самостоятельное изучение рекомендуемой основной и дополнительной литературы, (подготовить доклад)	Проверка доклада
5	Метод наблюдения в социологии и журналистике . Экспериментальный метод в социологии и журналистике	1	1		10	О – 1, 2; Д – 1,2	Подготовить ответ на вопросы по списку	Индивидуальный опрос
6	Эмпирические социологические исследования СМИ и аудитории	1	1		10	О – 1, 2; Д – 1,2	Выполнение практического задания (подготовить доклад)	Проверка доклада
7	Журналистский коллектив как объект социологии.	1	1		10	О – 1, 2; Д – 1,2	Выполнение практического задания (подготовить доклад)	1.Индивидуальный опрос 2. Проверка доклада
8	Социологический анализ журналистского текста	1	1		10	О – 1, 2; Д – 1,2	Самостоятельное изучение рекомендуемой основной и дополнительной литературы (подготовиться к тестированию)	Тестовое задание
	Всего часов:	8	8		83			

Рейтинг-план дисциплины

Социология журналистики

Направление 42.03.02. Журналистика, профиль Производство продукции телерадиовещательных средств массовой информации
курс 4, семестр 7.

Виды учебной деятельности студентов	Бал за конкретное задание	Число заданий за семестр	Баллы	
			Минимальный	Максимальный
Модуль 1. Социологический подход в журналистской деятельности. Социологические исследования аудитории, журналистов, редакционного коллектива				
Текущий контроль			0	20
1. Индивидуальный опрос	5	2	0	10
2. Доклад	5	2	0	10
Рубежный контроль			0	15
Тестовое задание	15	1	0	15
ИТОГО				35
Модуль 2. Социологические методы в журналистике.				
Текущий контроль			0	20
1. Индивидуальный опрос	5	2	0	10
2. Доклад	5	2	0	10
Рубежный контроль			0	15
1. Тестовое задание	15	1		15
ИТОГО				35
Поощрительные баллы				
Поощрительные баллы				
1. Публикация статей	5		0	5
2. Участие в научной конференции	5		0	5
ИТОГО				10
Посещаемость (баллы вычитаются из общей суммы набранных баллов)				
3.Посещение лекционных занятий			0	- 6
4.Посещение практи. (семинарских, лаборат.занятий)			0	- 10
Итоговый контроль				
Экзамен				30

Вариант 1 по Модулю 1

1. Какое из этих суждений отражает предмет журналистики?

- а) изучает законы, тенденции, параметры, характеристики происходящих в обществе событий и процессов;
- б) изучает проявление социальных законов, тенденций в повседневной социальной практике;
- в) изучает только общественное мнение;
- г) изучает только методы воздействия на общественное мнение.

2. Классическая модель массовой коммуникации не включает в себя следующий компонент:

- а) кто, что, кому;
- б) по какому каналу;
- в) зачем;
- г) с каким эффектом.

3. «Отцом» социологии считается:

- а) И. Кант;
- б) О. Конт;
- в) М. Вебер;
- г) Г. Лассуэл.

4. Социожурналистика – это:

- а) высокая социологическая культура мышления, поиска, сбора и интерпретации информации в деятельности журналиста;
- б) специальная социологическая теория;
- в) раздел теории журналистики;
- г) социология журналистики.

5. Самый безопасный канал поступления социологической информации в СМИ обеспечивается тогда, когда:

- а) социологи сами выступают в СМИ;
- б) публикуются пресс-релизы;
- в) журналисты сами находят социологические данные;
- г) журналисты получают информацию во время пресс-конференции.

6. Классическая модель коммуникации была предложена

- а) Г. Малецке;
- б) У. Шраммом;
- в) Г. Лассуэлом;
- г) Аристотелем.

7. Термин «социология прессы» впервые был введен:

- а) Э. Дюркгеймом;
- б) М. Вебером;
- в) О. Контом;
- г) Г. Спенсером.

8. Кто ввел в научный оборот понятие «аудитория»?

- а) Демокрит;
- б) Аристотель;
- в) Вебер;
- г) Маркс.

9. Социологические исследования аудитории СМИ в РФ проводятся:

- а) Фонд «Общественное мнение»

- б) «Медиаскоп»;
- в) Левада-центр;
- г) ВЦИОМ

10. Основные центры изучения общественного мнения в России:

- а) ВЦИОМ;
- б) Левада-центр;
- в) НИСПИ;
- г) Социологические лаборатории различных институтов

11. Принцип партийности печати отстаивали

- а) Г. Спенсер;
- б) Сен-Симон;
- в) К. Маркс;
- г) В. Ленин.

12. Какое отношение имеет Дж. Гэллуп к социологии журналистики?

- а) разработал теорию социологии журналистики;
- б) основоположник эмпирических социологических исследований аудитории СМИ;
- в) основал социологические фирмы;
- г) написал книгу об изучении общественного мнения.

13. К основным эмпирическим методам в социологии журналистики не относят:

- а) опрос;
- б) контент-анализ;
- в) наблюдение;
- г) моделирование

14. Предметом социологии журналистики является:

- а) потенциальная возможность массовой коммуникации;
- б) социальные аспекты функционирования СМИ;
- в) факты журналистского расследования;
- г) информация.

15. Социологические подходы включают в себя:

- а) демографический, психологический;
- б) коллективистический, ролевой;
- в) культурологический;
- г) антропологический