

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

**Федеральное государственное автономное  
образовательное учреждение высшего образования  
«Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет  
им. Н.И. Лобачевского»**

Институт филологии и журналистики  
(факультет / институт / филиал)

---

УТВЕРЖДЕНО

Ученым советом ННГУ

протокол № 6

"31" мая 2023 г.

Рабочая программа дисциплины

Социология журналистики  
(наименование дисциплины (модуля))

---

Уровень высшего образования  
бакалавриат

---

(бакалавриат / магистратура / специалитет)

Направление подготовки / специальность  
42.03.02 - Журналистика

---

(указывается код и наименование направления подготовки / специальности)

Направленность образовательной программы  
Телевидение, Радиовещание, Периодическая печать  
(указывается профиль / магистерская программа / специализация)

---

Форма обучения

Очная, очно-заочная, заочная  
(очная / очно-заочная / заочная)

---

Нижегород

2023 год

## 1. Место дисциплины в структуре ОПОП

№ варианта	Место дисциплины в учебном плане образовательной программы	Стандартный текст для автоматического заполнения в конструкторе РПД
1	Б1.О.24 обязательная часть	Б1.О.24 Социология журналистика, 42.03.02 - Журналистика

Дисциплина «Социология журналистики» относится к обязательной части ОПОП, реализуемой по направлению подготовки 42.03.02 - Журналистика, код дисциплины в учебном плане Б1.О.24.

## 2. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы (компетенциями и индикаторами достижения компетенций)

Формируемые компетенции (код, содержание компетенции)	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), в соответствии с индикатором достижения компетенции		Наименование оценочного средства
	Индикатор достижения компетенции (код, содержание индикатора)	Результаты обучения по дисциплине	
<i>ОПК-2</i> Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и(или) коммуникационных продуктах	ОПК-2.1. (общий по УГСН) Знает систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития	<p><b>Знать</b> систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития;</p> <p><b>Уметь</b> ориентироваться в различных сферах жизни общества, которые являются объектом освещения в СМИ;</p> <p><b>Владеть</b> навыками анализа основных тенденций формирования социальной структуры современного общества, проблем в различных сферах жизни общества, которые являются объектом освещения в СМИ</p>	<i>Деловая игра, творческое задание – эссе, вопросы к экзамену</i>

	<p><b>ОПК-2.2.</b> Соблюдает принцип объективности в создаваемых журналистских текстах и (или) продуктах при освещении деятельности общественных и государственных институтов</p>	<p><b>Уметь</b> воплощать в практической деятельности принцип объективности в создаваемых журналистских текстах и (или) продуктах при освещении деятельности общественных и государственных институтов; <b>Знать</b> принципы объективности в создаваемых журналистских текстах и (или) продуктах при освещении деятельности общественных и государственных институтов; <b>Владеть</b> навыками соблюдения на практике принципов объективности в создаваемых журналистских текстах и (или) продуктах при освещении деятельности общественных и государственных институтов.</p>	
<p><b>ОПК-4</b> Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности</p>	<p><b>ОПК-4.1.</b> (общий по УГСН) Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп</p>	<p><b>Знать</b> специфику аудитории СМИ, иметь представление 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;</p> <p><b>Уметь</b> использовать в профессиональной деятельности эффективные формы взаимодействия с аудиторией и приемы изучения и управления общественным мнением;</p> <p><b>Владеть</b> навыками анализа аудитории СМИ, а также использования приемов эффективного взаимодействия в процессе воздействия на общественное мнение</p>	<p><i>Устный опрос, практическое задание, письменная работа, вопросы к экзамену</i></p>

	<p><b>ОПК-4.2.</b></p> <p>Учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании журналистских текстов и (или) продуктов</p>	<p><b>Уметь</b> использовать в практической деятельности методы изучения аудитории, использовать основные методы изучения общественного мнения и эффективные формы взаимодействия с ним;</p> <p>- учитывать в профессиональной деятельности психологические и социально-психологические составляющие функционирования СМИ, особенности работы журналиста в данном аспекте;</p> <p><b>Знать</b> 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;</p> <p>- теоретические аспекты психологии журналистики и журналистского творчества</p> <p><b>Владеть</b> навыками использования знаний о методах изучения аудитории, понимании социального смысла общественного участия в функционировании СМИ, природы и роли общественного мнения при создании журналистских текстов и (или) продуктов;</p> <p>-анализа и самоанализа практической деятельности в контексте использования знаний о психологических и социально-психологических составляющих функционирования СМИ, особенностях работы журналиста в данном аспекте.</p>	
--	--	--	--

<p><i>ОПК-5</i> Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования</p>	<p><b>ОПК-5.1.</b> (общий по УГСН) Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях</p>	<p><b>Знать</b> теоретические основы: понятия, закономерности и процессы в экономике и обществе; знать и понимать практические результаты и тенденции развития российской и мировой экономик, иметь представление о технологиях продвижения публикаций СМИ, основах медиаменеджмента; -политические механизмы функционирования медиакоммуникационных систем; -основные российские и международные документы по этике в сфере массовой коммуникации; -основные правовые нормы, регулируемыми функционирование и развитие медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях;</p> <p><b>Уметь</b> выявлять экономические процессы, происходящие на микроэкономическом, финансовом, государственном и международном уровнях; анализировать результаты и тенденции развития российской и мировой экономик; учитывать в профессиональной деятельности экономические регуляторы деятельности СМИ; -анализировать и использовать в профессиональной деятельности знания о политических механизмах функционирования</p>	<p><i>Тест, вопросы к экзамену</i></p>
---	---	--	--

	<p><b>ОПК-5.2.</b> Осуществляет свои профессиональные журналистские действия с учетом механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы</p>	<p><b>Уметь</b> осуществлять свои профессиональные журналистские действия с учетом механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы;  <b>Знать</b> механизмы функционирования конкретной медиакоммуникационной системы;  <b>Владеть</b> навыками создания медиапродукта с учетом механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы.</p>	
<p><b>ОПК-7</b> Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности</p>	<p><b>ОПК-7.1.</b> (общий по УГСН) Знает цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности</p>	<p><b>Знать</b> функции СМИ и массовой коммуникации, иметь представление о таких понятиях, как свобода и социальная ответственность журналистики и журналиста, а также специалиста в области массовых коммуникаций, общественная миссия журналистики и сферы массовой коммуникации (реклама, связи с общественностью, издательское дело, медиакоммуникация);</p> <p><b>Уметь</b> осуществлять общественную миссию журналистики и сферы массовой коммуникации, эффективно реализовывать функции СМИ и массовой коммуникации</p> <p><b>Владеть</b> навыками анализа и самоанализа в процессе реализации общественной миссии журналистики, функций СМИ и сферы массовой коммуникации, осознания свободы и социальной ответственности журналиста, а также специалиста в области массовых коммуникаций</p>	<p><i>Практическое задание, письменный опрос, письменное задание, вопросы к экзамену</i></p>

	<p>ОПК-7.2. (по направлению подготовки "Журналистика") Оценивает корректность творческих приемов при сборе, обработке и распространении информации в соответствии с общепринятыми стандартами и правилами профессии журналиста</p>	<p><b>Знать</b> основные аспекты журналистской профессии как социальной, информационной, творческой, знать ее базовые характеристики, смысл социальных ролей журналиста, качеств личности, необходимых для ответственного выполнения профессиональных функций; -теоретические подходы к пониманию специфики журналистского творчества; понятие деятельности журналиста и ее виды; базовые профессиональные стандарты журналистской работы; - основные принципы работы журналиста с источниками информации, методы ее сбора, селекции, проверки и анализа, возможности электронных баз данных и методы работы с ними;</p> <p><b>Уметь</b> использовать в профессиональной деятельности знания о журналистской профессии как социальной, информационной, творческой, знать ее базовые характеристики, смысл социальных ролей журналиста, качеств личности, необходимых для ответственного выполнения профессиональных функций; -использовать в профессиональной деятельности различные подходы к пониманию журналистской деятельности; осуществлять подготовку собственных публикаций и работу с другими участниками медиапроизводства; индивидуальную и коллективную деятельность; текстовую и внетекстовую работу (проектную, продюсерскую,</p>	
--	--	---	--

### 3. Структура и содержание дисциплины

#### 3.1 Трудоемкость дисциплины

	очная форма обучения	очно-заочная форма обучения	форма обучения
<b>Общая трудоемкость</b>	<b>4 ЗЕТ</b>	<b>4 ЗЕТ</b>	<b>4 ЗЕТ</b>
<b>Часов по учебному плану</b>	<b>144</b>	<b>144</b>	<b>144</b>
<b>в том числе</b>			
<b>аудиторные занятия (контактная работа):</b>			
- занятия лекционного типа	16	16	--
- занятия практического типа	16	16	10
<b>самостоятельная работа</b>	<b>74</b>	<b>74</b>	<b>96</b>
<b>Промежуточная аттестация – экзамен/зачет</b>	<b>экзамен</b>	<b>экзамен</b>	<b>экзамен</b>

#### 3.2. Содержание дисциплины

Наименование и краткое содержание разделов и тем дисциплины	Всего (часы)			в том числе												Самостоятельная работа обучающегося, часы		
				Контактная работа (работа во взаимодействии с преподавателем), часы														
				из них														
	Занятия лекционного типа			Занятия практического типа			Занятия лабораторного типа			Всего								
Очная	Очно-заочная	Заочная	Очная	Очно-заочная	Заочная	Очная	Очно-заочная	Заочная	Очная	Очно-заочная	Заочная	Очная	Очно-заочная	Заочная				
Тема №1. Социология журналистики как предметная область социологии и часть журналистской практики.	8	11	2	2			2	2	1							9	9	12
Тема №2. Социальные коммуникации в социологии журналистики. Функции социологии	8	12	2	2			2	2	1							9	9	12



журналистики. Социальные функции журналистики.																		
Тема № 3. Использование социологических данных в журналистских материалах.	8	11	2	2			2	2	1							9	9	12
Тема № 4. Исследование аудитории в социологии журналистики. Эффективность СМИ. Рейтинги. Медиаметрические исследования.	8	11	2	2			2	2	1							9	9	12
Тема №5. Анализ документов в социологии журналистики. Метод контент-анализа и его применение.	10	13	2	2			2	2	2							10	10	12
Тема №6. Интервью и анкетирование в социологии и журналистике.	8	13	2	2			2	2	2							9	9	12
Тема №7. Экспертный опрос как разновидность социологического опроса. Метод фокус-группы.	10	11	2	2			2	2	1							10	10	12
Тема №8. Наблюдение и эксперимент как неопросные методы.	10	11	2	2			2	2	1							9	9	12
Итого	108 (из них 36 экзамен)	108 (из них 36 экзамен)	108 (из них 36 экзамен)	16	16		16	16	10							74	74	96

Текущий контроль успеваемости реализуется в рамках занятий практического типа.

Промежуточная аттестация проходит в форме экзамена.

#### 4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся

Самостоятельная работа направлена на закрепление теоретических основ систематизацию основных направлений социологических исследований СМИ и определение их значения для социологии журналистики; на составление представления о методах социологического анализа основных звеньев массово-коммуникативного процесса; рассмотрение основных категорий и методов анализа аудитории различных СМИ, обозначение алгоритмов передачи социологических данных от специальных служб сначала представителям СМИ, а впоследствии - аудитории. Такой подход мотивирует студентов к повышению самообразования и накоплению знаний для дальнейшей успешной профессиональной деятельности.

В рамках самостоятельной работы студентов предполагается использование УМК «Социология журналистики», размещенный в ФЭОР ННГУ <http://www.unn.ru/books/resources.html>.

#### 5. Фонд оценочных средств для промежуточной аттестации по дисциплине (модулю), включающий:

##### 5.1. Описание шкал оценивания результатов обучения по дисциплине

Уровень сформированности компетенций (индикатора достижения компетенций)	Шкала оценивания сформированности компетенций						
	плохо	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	очень хорошо	отлично	превосходно
<u>Знания</u>	Отсутствие знаний теоретического материала.  Невозможность оценить полноту знаний вследствие отказа обучающегося от ответа	Уровень знаний ниже минимальных требований. Имели место грубые ошибки.	Минимально допустимый уровень знаний. Допущено много негрубых ошибок.	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Допущено несколько негрубых ошибок	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Допущено несколько незначительных ошибок	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки, без ошибок.	Уровень знаний в объеме, превышающем программу подготовки.
<u>Умения</u>	Отсутствие минимальных умений. Невозможность оценить наличие умений вследствие отказа обучающегося от ответа	При решении стандартных задач не продемонстрированы основные умения.  Имели место грубые ошибки.	Продemonстрированы основные умения. Решены типовые задачи с негрубыми ошибками. Выполнены все задания, но не в полном объеме.	Продemonстрированы все основные умения. Решены все основные задачи с негрубыми ошибками. Выполнены все задания, в полном объеме, но некоторые с недочетами.	Продemonстрированы все основные умения. Решены все основные задачи. Выполнены все задания, в полном объеме, но некоторые с недочетами.	Продemonстрированы все основные умения, решены все основные задачи с отдельными незначительными недочетами, выполнены все задания в полном объеме.	Продemonстрированы все основные умения, Решены все основные задачи. Выполнены все задания, в полном объеме без недочетов

<u>Навыки</u>	Отсутствие владения материалом. Невозможность оценить наличие навыков вследствие отказа обучающегося от ответа	При решении стандартных задач не продемонстрированы базовые навыки.  Имели место грубые ошибки.	Имеется минимальный набор навыков для решения стандартных задач с некоторыми недочетами	Продemonстрированы базовые навыки при решении стандартных задач с некоторыми недочетами	Продemonстрированы базовые навыки при решении стандартных задач без ошибок и недочетов.	Продemonстрированы навыки при решении нестандартных задач без ошибок и недочетов.	Продemonстрирован творческий подход к решению нестандартных задач
---------------	--	---	---	---	---	---	---

### Шкала оценки при промежуточной аттестации

Оценка	Уровень подготовки
Превосходно	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «превосходно»
Отлично	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «отлично», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «отлично»
Очень хорошо	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «очень хорошо», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «очень хорошо»
Хорошо	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «хорошо», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «хорошо»
Удовлетворительно	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «удовлетворительно», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «удовлетворительно»
Неудовлетворительно	Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «неудовлетворительно», ни одна из компетенций не сформирована на уровне «плохо»
Плохо	Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «плохо»

## 6.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов обучения.

### 6.2.1 Контрольные вопросы

вопросы	Код формируемой компетенции
1. Социологическое знание и социологическая теория как предпосылки становления социологии журналистики.	ОПК-5
2. Становление социологии журналистики как науки.	ОПК-4
3. Развитие отечественной социологии журналистики.	ОПК-5
4. Структура социологии журналистики. Взаимосвязь с другими науками.	ОПК-5
5. Социальные коммуникации в социологии журналистики.	ОПК-2
6. Функции социологии журналистики и социальные функции СМИ.	ОПК-2
7. Социожурналистика: разница подходов к определению.	ОПК-4
8. Специфика опроса как социологического метода.	ОПК-2
9. Предмет аудиторных исследований в социологии журналистики.	ОПК-7
10. Аудитория СМИ: основные характеристики.	ОПК-4
11. Потребление СМИ или аудиторное поведение.	ОПК-4
12. Методы изучения аудитории СМИ.	ОПК-5
13. Принципы и приемы использования социологических данных в журналистском тексте.	ОПК-2
14. Специфика медиаметрических исследований.	ОПК-4
15. Правовые формы взаимодействия редакции и социологической службы.	ОПК-2
16. Рейтинговые измерения и вопросы эффективности СМИ.	ОПК-2
17. Понятия «эффективность СМИ» и «влияние СМИ» в социологии журналистики.	ОПК-2
18. Техника и особенности проведения социологического интервью.	ОПК-2
19. Структура и правила составления анкеты для письменного социологического опроса.	ОПК-4
20. Анкетирование как разновидность социологического опроса.	ОПК-4
21. Интервьюирование как разновидность социологического опроса.	ОПК-7
22. Специфика осуществления выборки в экспертном опросе.	ОПК-4
23. Экспертный опрос как разновидность социологического опроса.	ОПК-7
24. Групповые фокусированные интервью как устная разновидность социологического опроса.	ОПК-4
25. Метод контент-анализа и его применение в социологии журналистики.	ОПК-4

### 6.2.2. Типовое тестовое задания для оценки сформированности компетенций ОПК-5:

1. Журналистика – многомерное социально-экономическое явление, которое определяется следующими качественными характеристиками (отметить несоответствия):

- А) общественный институт
- Б) предмет изучения социологии
- В) система специальных знаний
- Г) философская проблема
- Д) совокупность средств и приемов массовой информации
- Е) профессиональная деятельность
- Ж) структурная составляющая политической системы

2. Формирование социологии журналистики как специальной научной дисциплины обусловлено (указать 3-правильных ответа):

- А) институционализацией журналистики,
- Б) необходимостью формирования общественного сознания,
- В) развитием журналистики как специфического способа исследования социальной реальности,
- Г) силой влияния массовых коммуникаций на общественное мнение
- Д) формированием определенной совокупности методов и приемов изучения общества.

3. С точки зрения Ф. Сиберга, У. Шрамма, Т. Питерсона, авторов классического исследования «Четыре теории прессы», существуют следующие основные теории СМИ (указать лишние подсказки):

- А) авторитарная теория
- Б) социально-демократическая теория
- В) либертарианская теория
- Г) марксистско-ленинская коммунистическая теория
- Д) теория социальной ответственности
- Е) советская тоталитарная теория

4. По мнению известного американского социолога М. Кастельса современная мировая экономика, общество и культура построены на интересах, ценностях, институтах и системах представлений. Это приводит (указать лишние подсказки):

- А) к социальной сплоченности;
- Б) к социальному и научно-техническому прогрессу;
- В) к ограничению коллективной креативности, конфискации плодов информационной технологии и отклонению нашей энергии в русло самоуничтожающей конфронтации;
- Г) к закату истории

5. Главная цель СМИ, с точки зрения авторов и последователей теории социальной ответственности (отметить один правильный ответ):

- А) информировать, развлекать и продавать, но в основном помогать находить истину и контролировать правительство
- Б) способствовать успеху и поддержанию государственной или общественной системы;
- В) информировать, развлекать и продавать, но в основном переводить конфликты на уровень обсуждения
- Г) поддерживать и проводить политику действующего правительства и обслуживать государство

6. В основе либертарианской теории прессы (по Ф. Сибергу, У. Шрамму, Т. Питерсону) лежат (отметить правильный ответ):

- А) философия абсолютной власти монарха, его правительства или обоих;
- Б) работы Хокинга, комиссии по свободе прессы и практикующие журналисты, этические кодексы средств массовой информации;
- В) работы Мильтона, Локка, Милля и общая теория рационализма и естественных прав;
- Г) марксистско-ленинско-сталинское учение с примесью Гегеля и русской философии XIX в.

7. Управленческая грамотность современных руководителей СМИ и журналистов определяется умением организовать поступление и профессионально использовать социологическую информацию в двух основных направлениях (найти правильные ответы):

- А) организация функционирования СМИ в обществе
- Б) обеспечение взаимодействий с органами власти и управления
- В) определение динамики и тенденций развития социальных процессов, которые могут быть отражены в журналистике

8. Отметить в приведенном наборе подсказок характеристики социологического мышления журналиста

- А) Концептуальность, способность к системному анализу и моделированию изучаемого объекта или процесса.
- Б) Структурность, способность видеть и понимать сложную структуру общества, наличие многих групп и слоев, различать основные признаки социального деления и основные группы.
- В) Диалектизм, способность видеть социальные процессы в развитии, объяснять или пытаться объяснить основные тенденции развития общества, понимать, что любое явление проходит стадии зарождения, роста, расцвета и умирания, переходит в новое качество.
- Г) Быть ответственным проводником идей и политики своего издания.
- Д Учитывать особенности национальных менталитетов, систему ценностей разных народов, умение соотносить их с российскими ценностями.
- Е) Разностороннее изучение явлений и процессов, способность анализировать различные тенденции и идеи, разные точки зрения, понимать всю сложность и многообразие мира.
- Ж) Работать в рамках правовых норм, определенных российским законодательством.
- З) Объективность, способность за внешними проявлениями видеть сущность процессов, за словами и декларациями обнаружить истинные мотивы и причины поступков, умение анализировать и определять подлинные цели политических лидеров, партий, общественных движений, экономических и духовных элит.
- И) Взаимодействовать с лидерами общественного мнения, политических партий, общественных движений как носителями социально-значимой информации.
- К) Осознание журналистами основных закономерностей функционирования журналистики: СМИ весьма важная часть социума, это непрерывно действующий информационный пульсар, воздействие которого на общество в силу постоянства, ритмичности, всепроницаемости и универсализма весьма велико, и потому миссия журналистики ответственна.

9. Американский институт общественного мнения в Принстоне организован (отметить организаторов Института):

- А) Д. Гэллуп,
- Б) К. Робинсон
- В) А. Кроссли
- Г) Е. Ропер
- Д) Г. Андерсен

10. Какую проблему необходимой обществу массовой информации впервые высветили регулярные опросы аудитории СМИ американским исследователем общественного мнения Дж. Гэллапом?

- А) народности и партийности;
- Б) научности и достоверности;
- В) качества и объективности;
- Г) идейности и реалистичности;
- Д) национальной идеи и патриотизма.

11. Использование специальных шкал Гэллапа-Харриса и Стапела привело к классификации аудитории печатных СМИ по следующим типам (отметить несоответствия):

- А) интеллектуалов,
- Б) идеалистов,
- В) прогрессистов,
- Г) радикалов,
- Д) реалистов
- Е) традиционалистов.

12. Исследования читательского профиля печатных СМИ в советской социологии журналистики привело к разработке следующей типологии аудиторий (указать несоответствия):

- А) духовно-личностный тип;
- Б) рационально-прагматический тип;
- В) профессионально-функциональный тип;
- Г) интеллектуально-аналитический тип;
- Д) потребительский тип.

13. Понятие «Прецизионная журналистика» в научный оборот ввел (отметить единственно правильный ответ):

- А) Э. Ноэль-Нойман,
- Б) Дж. Гэллуп,
- В) Ф. Мейер,
- Г) Д. Макквейл

14. Аудитория СМИ – это (отметить единственно правильный ответ):

- А) совокупность индивидов, которая характеризуется постоянным взаимодействием со СМИ на протяжении определенного, достаточно длительного отрезка времени. Ее внешними признаками является подписка на печатные издания, абонентская плата за пользование радио или телеканалом;
- Б) социальные группы, на которые по каким-то социокультурным, профессиональным, демографическим признакам или совокупности этих признаков рассчитан источник или канал информации, их отдельные структурные и содержательные элементы;
- В) устойчивая совокупность индивидов, возникшая на основе общности их информационных интересов и потребностей (обусловленных их социальной принадлежностью), а также форм, способов и каналов удовлетворения этих потребностей;

15. Аудитория СМИ обладает следующими наиболее общими социальными характеристиками (отметить подсказки, не характеризующие аудиторию СМИ):

- А) социально-демографической,
- Б) эксклюзивностью
- В) социально-профессиональной,
- Г) творческой активностью
- Д) амбивалентным отношением к происходящему
- Е) социально-психологической

16. Программа социологического исследования – это (отметить единственно правильный ответ):

- А) план проведения исследования, включая бюджет финансирования проводимых процедур, и календарный график производства необходимых работ;
- Б) модель исследования, где все части ее должны быть взаимосвязаны и точно продуманы в зависимости от цели исследования, которая, в свою очередь диктуется заказом на исследование, и предваряется серьезным изучением основной проблемы;
- В) принципиальная схема достижения поставленной перед исследователями цели, включая комплекс исследовательских задач и способы их решения.

17. Структурно программа исследования состоит из следующих разделов (укажите, что здесь лишнее):

- А) Методологической части;
- Б) Методической части;

- В) Выборочной части;
  - Г) Процедурной части;
  - Д) Заключительной части;
18. Объект исследования – это (отметить единственно правильный ответ):
- А) характеристики, свойства проблемы, которые будут изучаться в конкретном исследовании;
  - Б) носители реального жизненного противоречия, которые являются основой проблемной ситуации. Обычно – реальные социальные группы, поскольку именно они, как правило, и есть носители и выразители реальных проблем;
  - В) часть социального поля, в котором исследователь собирает необходимую информацию об изучаемой проблеме.
19. Предмет исследования – это (отметить единственно правильный ответ):
- А) характеристики, свойства проблемы, которые будут изучаться в конкретном исследовании;
  - Б) носители реального жизненного противоречия, которые являются основой проблемной ситуации. Обычно – реальные социальные группы, поскольку именно они, как правило, и есть носители и выразители реальных проблем;
  - В) часть социального поля, в котором исследователь собирает необходимую информацию об изучаемой проблеме.
20. Гипотезы бывают (отметить лишнее):
- А) Неопровержимые
  - Б) Описательные
  - В) Объяснительные
21. Выборочная совокупность (выборка) – это (отметить единственно правильный ответ):
- А) все единицы определенного программой объекта исследования;
  - Б) большая часть единиц генеральной совокупности определенного программой объекта исследования;
  - В) часть генеральной совокупности, которую мы будем непосредственно исследовать, то есть это те люди, к которым мы обратимся с вопросами интервью или с анкетами; те материалы, которые мы будем изучать методом контент-анализа и т. п.
22. Репрезентативность – это (отметить единственно правильный ответ):
- А) любая совокупность опрашиваемых респондентов, если их количество немного меньше или равно параметрам генеральной совокупности;
  - Б) характеристика любой совокупности уже опрошенных респондентов по отношению к тем, кого еще предстоит опросить;
  - В) соответствие, адекватность выборочной совокупности (выборки) по основным характеристикам генеральной совокупности.
23. Выборки делятся на (индексы лишней подсказки вынести за скобки, поставить после двоеточия):
- А) репрезентативные,
  - Б) устойчивые,
  - В) нерепрезентативные
24. В практике работы социологов и журналистов используются следующие виды опросов (отметить правильные ответы):
- А) анкетирование,
  - Б) прогнозирование,
  - В) программирование
  - Г) интервьюирование
25. По способу доставки, или распространения анкеты бывают (отметить правильные ответы):
- А) раздаточные,
  - Б) рассылочные,
  - В) прессовые,
  - Г) эфирные,



- Д) почтовые,
- Е) медийные,
- Ж) стихийные,
- З) интернет-опросы

### 6.2.3. Ключ к тесту:

1	Б,Г,Ж	6	В	11	В,Г,Е	16	Б	21	В
2	А,Г,Д	7	А,В	12	А,В,Д	17	Б,В,Д	22	В
3	Б,Г	8	А,Б,В,Е	13	В	18	Б	23	Б
4	В,Г	9	А,Д	14	В	19	А	24	А,Г
5	В	10	В	15	Б,Г,Д	20	А	25	А,В,Д,З

### 6.2.4. Практические задания и устные опросы для оценки компетенции ОПК-4:

**Задание 1.** Устный опрос. Перечень вопросов:

1. Социология журналистики - предметная область социологии: функции, методология, объект, типы исследований.
2. Актуальная проблематика социологии журналистики, значение исследований для редакционной практики.
3. Федеральные законы, регулирующие деятельность российских СМИ.
4. История развития отечественной социологии журналистики.
5. Социологическая культура в журналистике.

**Задание 2.** Письменная работа: опишите институциональную структуру СМИ, используя понятия «социальный институт», «субинституциональное образование», «СМИ», «журналистика», «пресса», «печать», закон «О СМИ», «надзорные органы».

**Задание 3.** Письменная работа: проведите интерпретацию понятий «печать» и «пресса». Выявите различия в лексико-семантическом и эмпирическом использовании этих понятий; определить место обозначаемых данными понятиями явлений и процессов в институциональной структуре СМИ.

**Задание 4.** Письменная работа: определите, к какому типу относится современная российская система СМИ в соответствии с теоретическим подходом Ф. Сиберта, У. Шрамма и Т. Питерсона. Обоснуйте свою позицию.

**Задание 5.** Практическое задание «Использование метода контент-анализа в социологии журналистики»:

1. Разработайте программу контент-анализа освещения за последние 2 года районной или городской газетой, темы защиты животных, включая:

- описание проблемы,
- определение и систематизацию объекта и предмета исследования,
- проведение интерпретации и операционализации основных понятий,
- формулирование рабочих гипотез,
- расчет репрезентативной выборки,
- подготовку инструментария контент-анализа.

Проведите разведывательное, «пилотажное», исследование на ограниченном массиве с целью уточнения созданной методики.

2. Разработайте программу контент-анализа освещения за последние 2 года районной или городской газетой проблем проявления правового нигилизма, включая:

- описание проблемы,

- определение и описание объекта и предмета исследования,
- проведение интерпретации и операционализации основных понятий,
- формулирование рабочих гипотез,
- расчет репрезентативной выборки,
- подготовку инструментария контент-анализа.

Проведите разведывательное исследование на ограниченном массиве с целью уточнения созданной методики.

3. Представьте результаты.

### **6.2.5 Практические задания и устные опросы для оценки компетенции ОПК-2:**

**Задание 1.** Деловая игра «Социальная тематика в творчестве советских и современных российских публицистов: сходство и различие проблемных полей»

Определите основную тематическую направленность анализа советскими и российскими публицистами острых социальных проблем, (отобрать по 10-15 текстов в каждом периоде)

- а) в 1970-х – первой половине 1980-х гг. (эпоха застоя)
- б) во второй половине 1980-х (период перестройки)
- в) в 1990-е (трансформация общественного устройства)
- г) 2000 – 2008 гг.
- д) 2008 – 2016 гг.

Проведите сравнительный анализ и классификацию проблематики, определить сходство и различие проблемных полей в каждом периоде.

Определите сквозные проблемы, т.е. свойственные для всех периодов.

Деловая игра подразумевает деление на команды по 6-8 человек. Время проведения – 90 минут, включая вводные.

**Задание 2.** Творческое задание-эссе:

Напишите журналистское эссе на тему «Один день из жизни журналиста N», опишите все виды социальных коммуникаций, в которые вступал журналист, особое внимание уделите определению типов коммуникаций (используйте все известные параметры классификации социальных коммуникаций).

Важно: в эссе должны быть описаны не менее 5 коммуникативных актов, отличающихся своими характеристиками.

### **6.2.6. Практические задания и устные опросы для оценки компетенции ОПК-7:**

**Задание 1.** Практическое задание: определите формы проявления и характер выражения в региональной печати, телевидении и радио: «теории повестки дня», «теории свободной печати», «теории стереотипных капсул». Обоснуйте свою точку зрения проведенным анализом одного из видов СМИ за последний месяц.

**Задание 2.** Практическое задание:

А) составьте Программу репрезентативного социологического исследования популярности районной газеты в реальной аудитории, включая:

- методологический раздел,
- определение вида выборки, ее расчет для проведения массового опроса,
- инструментарий – анкету или опросный лист для телефонного интервью.

Б) составьте программу нерепрезентативного социологического исследования целевой аудитории для продвижения сайта электронного периодического издания, включая:

- методологический раздел,
- разработку тематики для проведения неструктурированного экспертного интервью,
- идеальную модель групп экспертов и отбор от 20 до 40 экспертов для проведения интерактивного опроса.

В) составьте программу социологического исследования, включая методы и инструментарий:

- экспертного опроса,
- массового опроса, направленного на изучение ожиданий читателей,
- экстраполяции.

Цель исследования: ориентируясь на реально действующие СМИ, прогнозировать (3-5 лет) возможные изменения социального заказа на информационный продукт.

**Задание 3.** Письменный опрос. Необходимо ответить на 2 вопроса:

1. Социологический подход и социологическое знание в процессе подготовки журналистских материалов.
2. Правила работы с социологической информацией и представления ее в СМИ.

**Задание 4.** Практическое задание:

1. Определите основные проблемы социальной направленности и характер предлагаемых проектов их разрешения в публицистике современных региональных СМИ:

- 1.1 выберите издание – областное, городское или районное (обоснуйте свой выбор);
- 1.2 отберите 5 публицистических статей за последний год (желательно по одной тематике социальной или социально-правовой направленности);
- 1.3 обоснуйте, в чем заключается социальный характер данных публикаций;
- 1.4 выделите характерные для данных статей признаки социальной аналитики;
- 1.5 выявите, какие содержательные формы свойственны выбранным публикациям: социальное предвидение, социальный прогноз, социальный проект?

Почему Вы так считаете? Аргументируйте примерами из выбранных вами статей.

2. Определить тип аудитории, на которую ориентируется, выбранное Вами СМИ:

- 1.1 духовно-личностный,
- 1.2 профессионально-функциональный,
- 1.3 потребительский.

Аргументируйте свои выводы.

3. Найдите соответствия определенного Вами типа аудитории критериям классификации западной социологии СМИ, в которой аудитории делят на традиционалистов, прогрессистов и радикалов.

Аргументируйте свои выводы.

**Задание 5.** Письменная работа (по вариантам):

1. Аудитория прессы.
2. Аудитория телевидения.
3. Аудитория радио.
4. Аудитория интернет-СМИ.

Обоснуйте специфику указанного типа аудитории СМИ.

**Задание 6.** Практическое задание: разработайте план и инструментарий для проведения структурированного и контролируемого наблюдения за тем, как реагируют в органах муниципального управления на обращения граждан.

## 7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

а) основная литература:

1. Социология журналистики: от теории к практике : учебно-методическое пособие / Н. О. Автаева, В. А. Бейненсон, Т. Е. Новикова ; ННГУ им. Н. И. Лобачевского. - Нижний Новгород : Изд-во ННГУ, 2017. - 45 с.  
<http://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=823195&idb=0>

б) дополнительная литература:

1. Климантова, Г.И. Методология и методы социологического исследования [Электронный ресурс]: Учебник для бакалавров / Г.И. Климантова, Е.М. Черняк, А.А. Щегорцов. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2014. – <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785394022487.html>
2. Социология журналистики [Электронный ресурс]: Учеб. пособие для студентов вузов / [И. Н. Блохин и др.]; Под ред. С. Г. Корконосенко. – М.: Аспект Пресс, 2004. – <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN5756703330.html>
3. Социология СМИ [Электронный ресурс]: Учеб. пособие для студентов вузов / И. Д. Фомичева. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Аспект Пресс, 2012. – <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785756706468.html>
4. Фомичева, И.Д. Индустрия рейтингов: Введение в медиаметрию [Электронный ресурс]: Учебное пособие для студентов вузов / И.Д. Фомичева. – М.: Аспект Пресс, 2004. – <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN5756703497.html>

в) программное обеспечение и интернет-ресурсы (в соответствии с содержанием дисциплины)  
Программный комплекс Программный комплекс Windows 7 Pro, OpenOffice 4.1.0, Office 2003.  
Накладная №2660-1 от 28.08.14г.

- Фонд общественное мнение (ФОМ) - <http://fom.ru/>
- Всероссийский центр изучения общественного мнения (ВЦИОМ) - <http://wciom.ru/>
- «Левада-центр»: изучение общественного мнения - <http://www.levada.ru/>
- Институт социологии образования РАО - <http://www.socioedu.ru/>
- Международная социологическая ассоциация (МСА) - <http://www.isa-sociology.org/>
- Международный институт исследований и образования - <http://www.iire.org/>
- Международный институт социологии (МИС) - <http://www.iisoc.org/>
- Российское общество социологов - <http://www.ssa-rss.ru/>
- Фонд социальных исследований - <http://www.socio-fond.com/>

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

Стандартная аудитория для проведения лекционных и практических занятий.  
Дополнительное материально-техническое обеспечение: компьютерный класс, оргтехника (все – в стандартной комплектации для лабораторных занятий и самостоятельной работы).

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечены доступом в электронную информационно-образовательную среду.

Программа составлена в соответствии с требованиями ОС ННГУ ВО с учетом рекомендаций и ОПОП ВО по направлению 42.03.02 - «журналистика», профили подготовки - «периодическая печать», «радиовещание», «телевидение».

Автор: к. полит. наук, доцент Автаева Н.О.

Рецензент: доц. Кедяркин С.Н.

Заведующий кафедрой: проф. Савинова О.Н.