

**БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ ЖУРНАЛИСТИКИ
Кафедра социологии журналистики**

**УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИЙ КОМПЛЕКС
ПО ПРЕДМЕТУ
“СОЦИОЛОГИЯ ЖУРНАЛИСТИКИ”
Модуль I.**

**Примерная программа дисциплины
“Социология журналистики”**

Соответствует образовательному стандарту
по специальности 23.01.08. Журналистика

Минск
2001

УДК
ББК

А в т о р

Е. И. Дмитриев, доцент кафедры социологии журналистики
факультета журналистики

Р е ц е н з е н т ы:

доктор социологических наук, профессор *Д. Г. Ротман*
кандидат филологических наук, доцент *В. В. Воробьев*

Рекомендовано:

кафедрой социологии журналистики
факультета журналистики (протокол № 8 от 7 мая 2001 года)
Ученым Советом факультета журналистики
(протокол № 21 от 31 мая 2001 года)

Учебно-методический комплекс по предмету “Социология журналистики” Модуль I. / Авт. Е. И. Дмитриев. – Мн.: БГУ, 2001. – 40 с.

В данном издании изложен учебно-методический комплекс по предмету “Социология журналистики”. Предназначено для студентов факультета журналистики университета.

УДК
ББК

© БГУ, 2001

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Настоящая примерная программа дисциплины “Социология журналистики” составлена в соответствии с образовательным стандартом высшего профессионального образования второго поколения по специальности 23.01.08. “Журналистика” и является компонентом (модулем I) учебно-методического комплекса по предмету “Социология журналистики”. Она включает в себя следующие структурные элементы: примерные тематические планы и характеристику содержания лекционного курса по “Социологии журналистики” для студентов дневной и заочной формы обучения; примерный тематический план и содержание практических занятий по дисциплине; темы рефератов и докладов, список литературы для самостоятельного изучения и реферирования по курсу; примерную тематику курсовых работ; и примерные вопросы к экзамену; формы текущего, промежуточного и итогового контроля; примерные темы контрольных работ для студентов заочной формы обучения.

Модулем II учебно-методического комплекса является разработанное автором учебное пособие “Социология журналистики. Конспект лекций” (БГУ, 2001).

Модулем III учебно-методического комплекса является учебно-методическое пособие для студентов и преподавателей гуманитарных факультетов вузов “Интерактивная социология” (Минск, 1998), разработанное автором.

1. ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ

Цель курса

Формирование у будущих журналистов высокой социологической культуры и социологического мышления, освоение студентами социологии журналистики как области знания, научной дисциплины и как ведущего компонента квалификации современного журналиста при двухуровневой университетской подготовке.

Задачи курса

1. Ознакомление с социологией журналистики как специальной социологической теорией.
2. Усвоение студентами элементарных понятий социологии журналистики, ознакомление с социологическими подходами к функционированию средств массовой информации (СМИ) в обществе.
3. Обучение студентов практике использования данных социологических исследований в своей профессиональной деятельности, получение ими навыков социологического анализа, освоение принципов социологической журналистики.

4. Выявление направлений для практического применения методов социологии журналистики в программировании изданий и каналов, творческой деятельности журналистов, маркетинге и менеджменте СМИ.
5. Ознакомление с организацией сбора и анализа социологической информации о СМИ в деятельности научных организаций и редакций.

Место курса в профессиональной подготовке журналиста

Курс “Социология журналистики” рассчитан на соединение знаний по одной из фундаментальных учебных дисциплин — социологии — с практическими нуждами редакций СМИ и журналистов.

Предлагаемая примерная программа унифицирована для всех специальностей факультета журналистики: “Журналистика”, “Международная журналистика”, “Информация и коммуникация”, “Литературная работа”, а также может быть использована при обучении на факультете журналистики иностранных студентов.

Курс “Социология журналистики” коррелируется с теоретическим курсом “Основы журналистики”, а также с дисциплинами “Социальная психология”, “Политология”, “Политология журналистики”, “Основы теории творческих методов журналиста”.

При создании примерной программы использован опыт преподавания “Социологии журналистики” в Московском и Санкт-Петербургском государственных университетах. Как и опыт работы кафедры социологии журналистики Белгосуниверситета он показывает, что альтернатива ремесленно-исследовательской модели СМИ находится в русле социологизации журналистики и медиатизации социологии.

Требования к уровню освоения содержания курса

Предполагается, что в результате усвоения материалов лекционного курса, изучения предлагаемой основной и дополнительной литературы, а также самостоятельных занятий по курсу выпускник факультета журналистики должен уметь:

- 1) понимать природу журналистики как социального института, ее место в общественном развитии и в этом свете права и обязанности журналиста;
- 2) понимать социальную природу аудитории СМИ, ее особенности и характеристики;
- 3) различать общественное и общее мнения, понимать механизмы воздействия СМИ на общественное мнение;
- 4) дифференцировать показатели эффективности и влияния СМИ, понимать природу манипулирования общественным сознанием и поведением людей;

- 5) учитывать в своей работе тенденции в функционировании СМИ, выявленные в социологических исследованиях;
- 6) провести рейтинговые и медиатрические измерения СМИ, уметь анализировать, интерпретировать и комментировать полученные результаты;
- 7) самостоятельно осуществлять контент-аналитические исследования СМИ, редакционной почты;
- 8) уметь сформулировать заказ для организаций, выполняющих социологические исследования СМИ.

II. ПРИМЕРНЫЙ ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН ЛЕКЦИОННОГО КУРСА ПО “СОЦИОЛОГИИ ЖУРНАЛИСТИКИ” ДЛЯ СТУДЕНТОВ ДНЕВНОЙ ФОРМЫ ОБУЧЕНИЯ

№ п/п	Наименование раздела курса и темы лекции	Кол-во часов
1	Журналистика и социология в методологии научного познания социальной реальности.	2
2	Объект, предмет, функции социологии журналистики.	4
3	Возникновение и развитие социологии журналистики.	2
4	Социология журналистики и общественное мнение.	2
5	Аудитория СМИ как объект социологического исследования.	6
6	Особенности применения метода контент-анализа в социологии журналистики.	4
7	Особенности рейтинговых измерений в социологии журналистики.	4
8	Интерактивные СМИ и интерактивные социологические исследования.	2
9	Изучение эффективности СМИ в социологии журналистики.	2
10	Социологическая культура в журналистике.	2
	<i>Итого:</i> 10 тем.	30

III. СОДЕРЖАНИЕ ЛЕКЦИОННОГО КУРСА

Тема 1. Журналистика и социология в методологии научного познания

1.1. Журналистика как социальный институт.

Теоретические, социально-политические, естественно-научные и исторические предпосылки становления журналистики как социального института. Окончательное оформление журналистики как многомерного социального явления: как института общества, как системы специальных знаний, как совокупности средств и приемов массовой информации, как профессиональной деятельности, как элемента политической системы.

Современное состояние журналистики как социального института: особенности и характеристики. Кризис в традиционном понимании места и роли журналистики. Асоциальная журналистика. Прогнозируемые направления разрушения журналистики как социального института.

1.2. Социология и журналистика: общее и особенное.

Общее для социологии и журналистики на уровне объекта, предмета, методов изучения. Особенности журналистики и социологии в сопоставлении друг с другом.

1.3. Социология журналистики как специальная социологическая теория.

Понятие социального института в социологии. Р. Мертон о теориях среднего уровня в социологии. Типологические группы теорий среднего уровня: теории социальных институтов, теории социальных общностей, теории специализированных социальных процессов.

Тема 2. Объект, предмет, функции социологии журналистики

2.1. Социология журналистики и массовая коммуникация и информация.

Коммуникация как процесс, акт, обмен. Информация как сообщение о чем-либо, или сведения, являющиеся объектом хранения, переработки и передачи. Социология массовых коммуникаций как социологическая дисциплина. Лассуэл Г. О. (1902–1978) и развитие социологии массовых коммуникаций. Концепции массовой коммуникации Дж. Клаппера, Э. Катца и П. Лазарсфельда. Понятия “социологии пропаганды”, “социологии прессы”, “социологии печати”.

2.2. Социология журналистики и социоллингвистика.

Лингвистический, журналистский и социологический подходы к

рассмотрению возможностей социологии журналистики и социоллингвистики. Социоллингвистический подход в социологии журналистики — анализ языка разных СМИ и языковых особенностей аудитории.

2.3. Социология журналистики и социология публицистики. Социология журналистики и социожурналистика.

Попытка объяснения социологии публицистики и ее несостоятельность. Методологические нарушения, связанные с традиционным использованием в журналистике понятия “социожурналистика”. Социологическая журналистика как специфическая форма отражения социальной реальности. Социальная аналитика и социальная публицистика. Парадокс Веблена. Содержательные формы социологической журналистики: социальное предвидение, социальный прогноз, социальный проект.

2.4. Объект, предмет, задачи функции социологии журналистики.

Объект социологии журналистики. Предмет социологии журналистики. Теоретико-познавательная и управленческая функции социологии журналистики. Семь основных задач социологии журналистики.

Тема 3. Возникновение и развитие социологии журналистики

3.1. Возникновение социологии журналистики как специальной социологической теории.

Возникновение социологии журналистики в первой половине XIX века. Основные факторы, обусловившие появление социологии журналистики. Эмиль Жирарден, Томас Барнс, Джозеф Пулитцер и первые массовые газеты.

3.2. Развитие теории и эмпирических исследований в рамках социологии журналистики в США и Западной Европе.

Изучение эффективности и влияния СМИ в США: П. Лазарсфельд, Б. Берельсон, Э. Годэ, Г. Лассуэл, У. Шрамм, Дж. Меррилл, Ю. Хабермас. Развитие социологических исследований СМИ в Великобритании: М. Вебер, Дж. Тренемен, Д. Макквейл, Дж. Бламмер, Дж. Халлоран.

3.3. Развитие социологии журналистики в России и СССР.

Изучение Добролюбовым Н. А. аудитории журнала “Собеседник любителей русского слова” (1855–56 гг.).

Изучение аудитории печатных СМИ Я. Шафиром в начале 20-х годов XX века. Выборочное исследование газеты “Рабочая Москва”. Социологическое исследование печатных СМИ В. Кузьмичевым. Социологические исследования редакций, изучение портрета журналистских кадров в 20-е годы прошлого века.

Тема 4. Социология журналистики и общественное мнение

4.1. Общественное мнение как социальный институт.

Два подхода в социологии к общественному мнению. Особенности общественного мнения с позиции социологии журналистики.

4.2. Функции и структура общественного мнения.

Простейшие функции общественного мнения: стимул к действию, элемент накопления социальных ресурсов, средство ослабления напряженности в обществе. Структура поля общественного мнения. Стереотипы общественного мнения. Комплексы общественного мнения: приобщения, зависимости, ожидания, сравнения. Общее и общественное мнение.

4.3. СМИ и манипулирование общим мнением.

Манипулирование через СМИ как способ скрытого социального управления. Три группы методов манипулирования общим мнением через СМИ: низкокачественные, качественные, концептуальные. Политическая коммуникация и политическая реклама.

4.4. Эмпирическое изучение общественного мнения.

Опросы журнала “Литерари Дайджест” в 1920-1936 годах. Социологическое исследование общественного мнения Дж. Гэллапом. Интернет-исследования и онлайн-опросы общественного мнения сегодня.

Тема 5. Аудитория СМИ как объект социологических исследований

5.1. Предпосылки развития социологических исследований аудитории СМИ.

Понятие “аудитории” в сочинении Аристотеля “Риторика”. Теоретические, естественнонаучные и исторические предпосылки развития социологических исследований аудитории СМИ.

Потребность в изучении аудитории как социально-политическая необходимость. Джордж Гэллап — основоположник эмпирических социологических исследований аудитории СМИ. Открытие в США в 1939 году Института изучения аудитории. Социологическое изучение аудитории Арчибалдом Кроссли (1896–1985) и Елмо Ропером (1900–1971). Многошаговая стратификационная случайная выборка Гэллапа.

5.2. Современное развитие социологических исследований аудитории СМИ.

Основные направления изучения аудитории СМИ: “читательский профиль”, “тематическая селекция”, “изучение негативной установки на

СМИ”, “анализ психологической мотивации выбора СМИ аудиторией”, “сравнительный анализ восприятия СМИ журналистами и аудиторией”. 14 основных мотивов Д. Макквейла, обуславливающих формирование различных аудиторий СМИ. Основные центры социологического изучения аудитории СМИ во Франции, Германии, Италии, Японии и Великобритании.

Э. Нозль-Нойман и Ф. Мейер о сущности прецизионной журналистики. Телескопические исследования Института демоскопии.

Изучение аудитории корпорацией Би-би-си. Измерение телеаудитории методом таммирования, с использованием аудиметров и датчиков телевизоров.

Исследование аудитории СМИ в СССР в 60-е — 70-е годы XX века. Опыт изучения аудитории СМИ эстонскими социологами. Комплексное исследование аудитории газеты “Эдази” (1965–1966 гг.) Медиаатрические исследования телеаудитории в современной России. Становление социологического изучения аудитории в Беларуси.

5.3. Понятие “аудитория” в социологии журналистики.

Соотношение понятий “масса”, “публика”, “толпа”, “малая группа”, “аудитория”. Концептуализация понятия “аудитория” Г. Блумером. Количественно-качественные характеристики аудитории СМИ. Типы аудитории СМИ: потенциальная, реальная, не-аудитория, регулярная, целевая, элитарная, институализированная.

Тема 6. Особенности применения метода контент-анализа в социологии журналистики

6.1. Техника и процедуры контент-аналитического исследования СМИ.

Объект и предмет контент-анализа СМИ. Категории анализа и единицы анализа. Три правила контент-анализа СМИ. Случайная и типологическая выборки при контент-аналитических исследованиях. Метод “конструирования” недели. Методические правила построения выборки в контент-аналитических исследованиях СМИ.

6.2. Этапы контент-анализа СМИ и их содержание.

Этапы контент-аналитических исследований: подготовительный, полевой, обработка информации, заключительный (анализ и интерпретация результатов). Унифицированные категории анализа СМИ: модальность, оценка, адресант, жанр, тип общения, форма аргументации, позиция. Система индексов в контент-анализе.

6.3. Особенности компьютерного контент-анализа СМИ.

Основная особенность компьютерного контент-анализа. KWALITAN — программа компьютерного контент-анализа. Порядок формирования рабочего файла программы.

6.4. Практические особенности инструментария контент-анализа печатных СМИ.

Двухплановость любого текста. Метод опроса в контент-аналитическом исследовании. Анкета — инструментарий контент-анализа печатных СМИ.

Тема 7. Особенности рейтинговых измерений в социологии журналистики

7.1. Понятие рейтинга и рейтингового измерения. Отношение к рейтингам в обществе и в СМИ. Термины рейтинг, ранг и ранжир. Понятие рейтинга в социологии. Два подхода к сущности рейтинговых измерений: статистический и социологический. Рейтинговые шкалы. Основные требования к рейтинговому инструментарию — релевантность, нейтральность, доступность, различающая способность, устойчивость измерения. Систематическая и случайная ошибки в рейтинговом измерении. Особенности экспертных рейтинговых замеров.

7.2. Простой и сложный рейтинговый замер. Мягкий и жесткий. Методики рейтингового измерения: “укол зонтиком”, “весы”, “из прошлого — в будущее”, “сито”, “рейтинг-балл”, “баланс сил”.

7.3. Рейтинговые измерения аудитории СМИ.

Три особенности медиатрических измерений. Специальные документы и технические средства измерения. Рейтинги печатных СМИ, телевидения и радио. Показатели “аудитория”, “охват”, “доля”.

Тема 8. Интерактивные СМИ и интерактивные социологические исследования

8.1. Понятие “интерактивности” в социологических исследованиях.

Социологический опрос — как процесс общения и взаимодействия. Сущность интерактивной социологии. СМИ в интерактивных социологических исследованиях.

8.2. Особенности интерактивных опросов в СМИ.

Основные факторы, обуславливающие нерепрезентативность опросов населения через СМИ в интерактивном режиме. Четыре признака ограниченной доступности интерактивных опросов в СМИ. Две аксиомы

применения интерактивных опросов. Основные этапы интерактивного социологического исследования с использованием печатных СМИ.

8.3. Интерактивность в СМИ.

Прямая и обратная связь между аудиторией и СМИ. Два типа обратной связи. Интерактивное телевидение — сущность и технологические особенности. Основные направления развития интерактивного телевидения: “видео по требованию”, “почти видео по требованию”, “персонализированное телевидение”, “индивидуальное телевидение”. Интернет-телевидение.

Тема 9. Изучение эффективности СМИ в социологии журналистики

9.1. Рейтинговые измерения эффективности белорусских СМИ.

Рейтинг и эффективность СМИ. Рейтинг и имидж СМИ. Рейтинговый аудит — регулярные рейтинговые социологические измерения. Объем аудиторий и эффективность СМИ. Эффект “разбухания” и “съезживания” рейтинга СМИ.

9.2. Понятия “эффективность” и “влияние” СМИ.

Критерии эффективности СМИ с позиции журналистики. Типология видов влияния СМИ по П. Лазарсфельду. Эффективность СМИ — показатель успешности деятельности по достижению установленных целей. Эффекты СМИ: эффект замещения, эффект падающих капель. Концепции, объясняющие влияние СМИ на аудиторию — концепция волшебной пули, концепция подкожной инъекции, теория пустого сосуда. Маркетинговые исследования рынка СМИ. Основные элементы рынка СМИ. Ведущие мировые фирмы, которые занимаются маркетингом СМИ, особенности их методик.

Тема 10. Социологическая культура в журналистике

10.1. Предпосылки возникновения социологической культуры в журналистике.

Сущность культуры социологического мышления. Принципиальные отличия социологического мышления от здравого смысла. Особенности профессионального сознания журналиста. З. Бауман об искусстве социологического мышления. Социальная ответственность и нравственность журналистики.

10.2. Формы и содержание социологических материалов в СМИ.

Основные методики анализа социологических данных журналистом: группировка и классификация. Простая группировка и перекрестная. Те-

оретическая типологизация. Правило процентирования Х. Хеймана. Основные типы подачи социологических материалов в СМИ. Пять каналов поступления социологических данных в СМИ — их достоинства и недостатки. Основные требования к размещению социологических данных в СМИ. Характерные приемы изложения социологической информации журналистом.

**IV. ПРИМЕРНЫЙ ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН
ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ
ПО ДИСЦИПЛИНЕ “СОЦИОЛОГИЯ ЖУРНАЛИСТИКИ”**

№ п/п	Название темы занятия	Количество учебных часов
1	Тема 1. Социология журналистики как специальная социологическая теория.	2
2	Тема 2. Возникновение и развитие социологии журналистики	2
3	Тема 3. Социология журналистики и общественное мнение.	2
4	Тема 4. Аудитория как объект социологического исследования.	2
5	Промежуточный зачет. Тест № 1.	2
6	Тема 5. Особенности применения метода контент-анализа в социологии журналистики.	2
7	Тема 6. Особенности рейтинговых измерений в социологии журналистики.	2
8	Тема 7. Интерактивная социология и изучение эффективности СМИ в социологии журналистики.	2
9	Тема 8. Культура социологического мышления журналиста	2
10	Промежуточный зачет. Тест № 2.	2
	<i>Итого:</i>	20

**V. СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ
“СОЦИОЛОГИЯ ЖУРНАЛИСТИКИ”: ОСНОВНЫЕ ВОПРОСЫ,
ТЕМЫ РЕФЕРАТОВ И ДОКЛАДОВ, СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ
ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОГО ИЗУЧЕНИЯ И РЕФЕРИРОВАНИЯ**

Тема 1. Социология журналистики как специальная социологическая теория

1. Журналистика как социальный институт.
2. Социология журналистики как специальная социологическая теория.
3. Понятийно-терминологический аппарат социологии журналистики: структура, содержание, объем, соотношение основных дисциплинарных понятий и терминов.
4. Сущность социологической журналистики
5. Объект, предмет, функции социологии журналистики

Темы рефератов:

1. Понятие социального института в социологии
2. Социология и журналистика: общее и особенное
3. Теория среднего уровня в социологии. Трактровка Р. Мертоном понятия теории среднего уровня.
4. Социология массовых коммуникаций: объект, предмет, понятийный аппарат.
5. Массовые коммуникации в процессе глобализации.
6. М. Вебер и его взгляды на прессу в обществе и в политической системе.
7. Предмет социолингвистики.
8. Социальная аналитика как практика социологической журналистики.

Список литературы для самостоятельного изучения и реферирования:

1. Американская социологическая мысль: Тексты / Под ред. В. И. Добренькова. М., Изд-во МГУ, 1994. С. 379–448.
2. *Брэтон Філіп, Пру Сержс.* Выбух камунікацыі. Нараджэнне новай ідэалогіі. Мн., 1995.
3. *Буданцев Ю. П.* Социология массовой коммуникации. М., 1995.
4. *Вебер М.* Избранные произведения. М., 1990.
5. *Конечкая В. Л.* Социология коммуникаций. М., 1997.
6. Структурно-функциональный анализ в современной социологии. Вып. 1 М., 1968. С. 82–179.
7. *Швышев В. С.* Неопозитивизм и проблемы эмпирического обоснования науки. М., 1966.

Тема 2. Возникновение и развитие социологии журналистики

1. Основные факторы становления социологии журналистики.
2. Этапы развития эмпирических социологических исследований журналистики как социального института в западной социологии.
3. Исследования журналистики с использованием социологических методов в дореволюционной России.
4. Развитие социологии журналистики в СССР.
5. Основные результаты исследований журналистики в советской социологии.

Темы рефератов:

1. Представители эпохи Просвещения о социальной сущности журналистики.
2. Социологическая журналистика К. Маркса и Ф. Энгельса.
3. М. Вебер и его программа исследований прессы.
4. Д. Макквейл и английская школа теоретических исследований в области социологии журналистики.
5. “Критическая школа” Дж. Халлорана.
6. Исследование Н. А. Добролюбовым журнала “Собеседник любителей русского слова”.
7. Социология журналистики в СССР: 20-е и 30-е годы.
8. Вклад Я. Шафира в развитие советской социологии журналистики в 20-е и 30-е годы.
9. Методы социологии журналистики в работах В. Кузьмичева.

Список литературы для самостоятельного изучения и реферирования:

1. Арон Р. Этапы развития социологической мысли. М., 1993.
2. Вебер М. Избранное. Образ общества. М., 1994.
3. Гайденко П. П., Давыдов Ю. Н. История и рациональность: социология М. Вебера и веберовский Ренессанс. М., 1991.
4. Коган В. З. Советская социология печати в 20-е годы // Социологические исследования: Матер. I научн. конф. Новосибирск, 1968. Вып. 8.
5. Кузьмичев В. Печатная агитация и пропаганда. М. Л., 1930.
6. Льюс Дж. Марксистская критика социологических концепций М. Вебера. М., 1981.
7. Социологическая мысль в России. Очерки немарксистской социологии последней трети XIX – нач. XX вв. Л., 1978.
8. Хабермас Ю. Демократия, разум, нравственность. М., 1995.
9. Шафир Я. Методы изучения читателя // Журналист, 1927. № 4.
10. Шафир Я. Очерки психологии читателя. М. Л., 1927.

Тема 3. Социология журналистики и общественное мнение

1. Общественное мнение как социальный институт.
2. Функции, структура и комплексы общественного мнения.
3. Общее и общественное мнение в социологии.
4. Средства массовой информации и манипулирование общим мнением.
5. Эмпирическое изучение общественного мнения и социология журналистики.

Темы рефератов:

1. Понятие “мнение” в древнегреческой философии.
2. Политическая социология П. Бурдьё и общественное мнение.
3. Г. Гегель об общественном мнении.
4. Понятие стереотипа в социологии журналистики и в общественном мнении.
5. Э. Ноэль-Нойман и социологическое изучение общественного мнения.
6. Проблемы манипулирования в обществе и роль в этом средств массовой информации.
7. Методы манипулирования в СМИ.
8. Политическая коммуникация и политическая реклама в СМИ.
9. Дж. Гэллуп и изучение общественного мнения.
10. Особенности онлайн-опросов общественного мнения.

Список литературы для самостоятельного изучения и реферирования:

1. Бурдьё П. Социология политики. М., 1993.
2. Выборы – 2000 в зеркале общественного мнения / Ашихмин В. Я., Дмитриев Е. И., Хурс М.Н. и др. Мн., 2000.
3. Гегель Г. Философия права. М., 1990.
4. Ноэль-Нойман Э. Общественное мнение: открытие спирали молчания. М., 1996.
5. Цуладзе Автандил. Политические манипуляции, или Покорение толпы. М., 1999.
6. Юнг К.-Г. Аналитическая психология: Прошлое и настоящее. М., 1995.

Тема 4. Аудитория как объект социологического исследования

1. Предпосылки развития социологических исследований аудитории СМИ.
2. Дж. Гэллуп — основоположник эмпирического изучения аудитории СМИ.
3. Развитие социологических исследований аудитории СМИ в США и Западной Европе.
4. Социологическое изучение аудитории СМИ в СССР и Беларуси.
5. Понятие “аудитории” в социологии журналистики.

Темы рефератов:

1. Категория “аудитория” в трудах Аристотеля.
2. Вклад Дж. Гэллага в разработку методов социологического исследования аудитории СМИ.
3. Принципы и традиции изучения демографических характеристик аудитории СМИ.
4. Э. Ноэль-Нойман и демоскопические исследования аудитории.
5. Прецизионная журналистика: сущность и содержание.
6. Специфика медиатрических исследований аудитории электронных СМИ.
7. Изучение аудитории СМИ эстонскими социологами: опыт, проблемы.
8. Социологические исследования аудитории в Беларуси.

Список литературы для самостоятельного изучения и реферирования:

1. *Вихалемм П., Лауристин М.* Резервы повышения эффективности городских и районных газет // Социологические исследования. 1985. № 4.
2. *Вооглайд Ю.* Редакция интересуется мнение читателей // Коммунист Эстонии. 1967. № 6.
3. *Иванов В. Н., Назаров М. М.* Информационное потребление и политические ориентации // Социологические исследования. 2000. № 7.
4. *Ноэль Э.* Массовые опросы. Введение в методику демоскопии. М., 1978.
5. *Панкина О. Г.* Социологические исследования читательской аудитории в Японии /Современные буржуазные теории журналистики. М., 1967.
6. *Парфенов Г. С.* Некоторые итоги исследования печати Новосибирской области // Вестник Московского университета. Серия 11. Журналистика. 1968. № 4.
7. *Шерковин Ю. А.* Прецизионная журналистика. Панацея от дезинформации? // Вестник Московского университета. Серия 11. Журналистика. 1979. № 6.
8. *Шумилина Т. В.* Обзор материалов по применению методов социальных наук в журналистике // Вестник Московского университета. Серия 11. Журналистика. 1979. № 6.

Тема 5. Особенности применения метода контент-анализа в социологии журналистики

1. Основные правила контент-анализа СМИ.
2. Требования к построению выборки контент-аналитического исследования.
3. Характеристика основных этапов контент-анализа СМИ.
4. Особенности компьютерного контент-анализа.
5. Инструментарий контент-анализа печатных СМИ.

Темы рефератов:

1. Метод Жака Кейзера и его использование в изучении печатных СМИ.
2. Особенности контент-анализа печатных СМИ.
3. Особенности контент-анализа аудиовизуальных СМИ.
4. Проблемы выборки в контент-аналитическом исследовании.
5. Унифицированные категории и индексы контент-анализа СМИ.
6. KWALITAN — программа компьютерного контент-анализа.
7. Специфика использования метода анкетного опроса в контент-анализе печатных СМИ.
8. Практика контент-аналитического исследования печатных СМИ по проблеме белорусско-российской интеграции.
9. Американская и французская школы контент-анализа: общее и особенное.

Список литературы для самостоятельного изучения и реферирования:

1. *Алексеева М. И.* Газета в зеркале социологического анализа. Л., 1971.
2. *Гальперин И. Р.* Текст как объект лингвистического исследования. М., 1981.
3. *Жарикова Т. А.* Контент-анализ — социологический подход. Владивосток, 1980.
4. Методология исследования политического дискурса. Вып. 1. Мн., 1998. С. 171–213.
5. Методология исследования политического дискурса. Вып. 2. Мн., 2000. С. 268–323.
6. Методы анализа документов в социологическом исследовании. М., 1985.
7. *Чураков А. Н.* Компьютерный контент-анализ. М., 1996.

Тема 6. Особенности рейтинговых измерений в социологии журналистики

1. Отношение в обществе к результатам рейтинговых социологических измерений.
2. Понятие “рейтинга” и “рейтингового измерения” в социологии.
3. Основные требования к инструментарию и процедуре рейтинговых измерений.
4. Основные типы и методики рейтинговых измерений.
5. Рейтинговые измерения в социологии журналистики.

Темы рефератов:

1. Проблемы надежности социологического измерения.
2. Методы измерения в социологии.
3. Семантический анализ термина “рейтинг”.

4. Рейтинг, рэнкинг, репутационный менеджмент, PR: общее и особенное.
5. Рейтинговые измерения в политической социологии.
6. Рейтинг белорусских политиков в изложении СМИ: мифы, заблуждения, реальность.
7. Проблема корректности рейтинговых измерений.
8. Эффективность, влияние, рейтинг СМИ.
9. Инструментарий и процедура получения медиатрических рейтингов.

Список литературы для самостоятельного изучения и реферирования:

1. *Батыгин Г. С.* Обоснование научного вывода в прикладной социологии. М., 1986. С. 60–141.
2. *Дмитриев Е. И.* Проблема корректности рейтинговых измерений в социологии // Социология 2000. № 4.
3. *Дмитриев Е. И., Ротман Д. Г.* Рейтинговые замеры: сущность и проблемы измерения // Социология 1998. № 2.
5. *Докторов Б. З.* О надежности измерения в социологическом исследовании. Л., 1979. С. 7–54.
6. *Клигер С. А., Косолапов М. С., Толстова Ю. Н.* Шкалирование при сборе и анализе социологической информации. М., 1978.
7. *Осинов Г. В., Андреев Э. П.* Методы измерения в социологии. М., 1977.
8. *Татарова Г. Г.* Методология анализа данных в социологии (введение). М., 1998.
9. *Толстова Ю. Н.* Измерение в социологии. Курс лекций. М., 1998.
10. Экспертные оценки в социологических исследованиях. Киев, 1990.

Тема 7. Интерактивная социология и изучение эффективности СМИ в социологии журналистики

1. Понятие интерактивной социологии.
2. Особенности интерактивных опросов в СМИ.
3. Измерение эффективности СМИ.
4. Понятия “эффективности” и “влияния” СМИ в журналистике и социологии.
5. Маркетинговые исследования рынка СМИ.

Темы рефератов:

1. Интерактивность в социологических исследованиях.
2. Телевизионные интерактивные опросы: мифы и реальность.
3. Особенности интерактивных опросов в печатных СМИ.
4. Основные направления развития интерактивного телевидения.
5. Имидж СМИ: понятие и особенности.
6. Эффективность СМИ и эффекты средств массовой информации.

7. П. Лазарфельд о влиянии и эффективности СМИ.
8. Теория заговора как разновидность концепций прямого влияния СМИ на аудиторию.
9. Маркетинговые исследования информационного рынка и социология журналистики.

Список литературы для самостоятельного изучения и реферирования:

1. *Александров С. Э.* Рейтинг — анализ. Мн., 1997.
2. *Дмитриев Е. И.* Интерактивная социология. Мн., 1998.
3. Журналист: Социологические и социопсихологические исследования. М., 1994.
4. Интерактивное телевидение // Телевидение и радиовещание. 2001. Февраль, № 1.
5. *Котлер Ф.* Маркетинг, менеджмент. СПб., 1999.
6. *Крылов И. В.* Маркетинг (Социология маркетинговых кампаний). М., 1998.
7. Проблемы эффективности журналистики. М., 1990.
8. Социологические исследования эффективности СМИ. М., 1986.

Тема 8. Культура социологического мышления журналиста

1. Специфика социологического мышления и его основные отличия от здравого смысла.
2. Понятие “культуры социологического мышления” и “социологического сознания” журналиста.
3. Основные методы анализа социологической информации журналистом и приемы представления социологических данных в СМИ
4. Каналы поступления социологической информации в СМИ и их характеристика.
5. Сущность требований, связанных с размещением данных социологических исследований в СМИ.

Темы рефератов:

1. Анализ практики изложения данных социологических исследований в белорусских СМИ.
2. Социологическое мышление и научные методы познания
3. Профессиональная и социологическая культура журналиста.
4. З. Бауман о сущности социологического мышления.
5. Эмпирическая типологизация в социологии журналистики.
6. Сравнение надежности различных каналов поступления социологических данных в белорусские СМИ.
7. Манипулятивные приемы изложения социологических данных, используемые в белорусских СМИ.

8. Психологическая культура журналиста.
9. Изучение социологии журналистики как основной фактор формирования культуры социологического мышления у журналиста.

Список литературы для самостоятельного изучения и реферирования:

1. *Бауман З.* Мыслить социологически. М., 1996
2. Журналистика и социология 97. Журналист: личность, должность, долг. СПб., 1998.
3. *Кузин В. И.* Психологическая культура журналиста. СПб., 1994.
4. Оперативные социологические исследования. Мн., 1997.
5. *Свитич Л. Г. Ширяева А. А.* Профессиональное развитие будущего журналиста. М., 1989.
6. *Степин В. С., Елсуков А. Н.* Методы научного познания. Мн., 1974.
7. *Ядов В. А.* Стратегия социологического исследования. Описание, объяснение, понимание социальной реальности. М., 1996.

Промежуточный зачет по дисциплине.

Письменный тест №1.

Задание 1.1.

Выберите правильный ответ —

- Журналистика — это: 1) социальный институт; 2) социальный процесс; 3) социальная общность; 4) социальный факт; 5) социальное явление; 6) совокупность методов и приемов изучения общества.
- Журналистика — это: 1) субъект политического процесса; 2) функция политической системы; 3) элемент политической системы; 4) “четвертая власть”; 5) инструмент политики.

Задание 1.2.

Какое из этих суждений отражает предмет социологии, а какое — предмет журналистики?

1. Изучает законы, тенденции, параметры, характеристики происходящих в обществе событий и процессов.
2. Изучает проявление социальных законов, тенденций в повседневной социальной практике.

Задание 1.3.

Дайте определение журналистики с точки зрения социологии журналистики (СЖ).

Задание 1.4.

К какой группе специальных социологических теорий относится социология журналистики —

- 1) к теориям социальных институтов;
- 2) к теориям социальных общностей;
- 3) к теориям специализированных социальных процессов.

Задание 1.5.

Дайте определения следующим понятиям: пресса, печать, СМИ, средства массовой коммуникации, масс-медиа, мультимедиа, журналистика, коммуникация, пропаганда.

Задание 1.6.

Какое из каждой пары понятий является более широким по объему:

- 1) СМИ; 2) средства массовой коммуникации;
- 1) социология печати; 2) социология прессы;
- 1) социология журналистики; 2) социология СМИ;
- 1) социология журналистики; 2) социожурналистика;
- 1) социология журналистики; 2) социология публицистики.

Задание 1.7.

Дайте определение социологической журналистики и назовите ее основные содержательные формы.

Задание 1.8.

Дайте определение объекта и предмета СЖ.

Задание 1.9.

Какие из нижеперечисленных функций являются основными, а какие производными для СЖ: идеологическая, мировоззренческая, просветительская, управленческая, прогностическая, профилактическая, корректирующая, теоретико-познавательная, аксиологическая, праксеологическая.

Задание 1.10.

Перечислите фамилии известных вам западных социологов, которые занимались научными исследованиями в рамках СЖ.

Задание 1.11.

Какое из нижеперечисленных суждений является правильным?

1. Мнение — это оценочное суждение о событиях реальности.
2. Мнение — это отношение людей к событиям.

Задание 1.12.

Какие особенности общественного мнения выделяются в социологии?

Задание 1.13.

Кто ввел в научный оборот понятие “аудитория”?

1) Гераклит; 2) Демокрит; 3) Гомер; 4) Аристотель; 5) Платон; 6) Сократ; 7) Вебер; 8) Маркс.

Задание 1.14.

Кто такой Дж. Гэллап и какое он имеет отношение к СЖ?

Задание 1.15.

Исследование “читательского профиля” в СЖ это:

- 1) сравнение отношения читателей и журналистов к СМИ;
- 2) изучение мотивации аудитории в отношении СМИ;
- 3) измерения демографических характеристик аудитории;
- 4) изучение предпочтений аудитории в содержании материалов СМИ.

Задание 1.16.

Какое из перечисленных технических средств используется для изучения телеаудиторий?

1) Тамметр; 2) аудиметр; 3) датчик телезрителя; 4) пипл-метр; 5) телеком.

Задание 1.17.

Назовите основные различия между понятиями “аудитория”, “масса”, “публика”, “толпа”, “малая группа”.

Задание 1.18.

Перечислите типы аудитории СМИ.

Примечание: максимальная оценка за каждое полностью и правильное выполненное задание 0,55 балла, за все 18 заданий — 10 баллов.

Промежуточный зачет по дисциплине.**Письменный тест №2.****Задание 2.1.**

Контент-анализ СМИ это:

- 1) качественный анализ СМИ;
- 2) количественный анализ СМИ;
- 3) качественно-количественный;
- 4) числовой анализ.

- 1) анализ текстов СМИ;
- 2) анализ содержания СМИ;
- 3) анализ смысла материалов СМИ;
- 4) анализ частоты употребления отдельных слов в СМИ.

Задание 2.2.

Какой тип выборки должен использоваться в контент-аналитических исследованиях СМИ —

- 1) типологическая;
- 2) районированная;
- 3) стратифицированная;
- 4) многоступенчатая;
- 5) послыная;
- 6) случайная;
- 7) квотная;
- 8) вероятностная.

Задание 2.3.

Перечислите все значения следующих категорий контент-анализа СМИ: позиция, язык, форма аргументации, тип общения, жанр, оценка, адресант, модальность.

Задание 2.4.

Назовите главную особенность компьютерного контент-анализа СМИ и его основное ограничение.

Задание 2.5.

Перечислите основные критерии выделения категории “рейтинг” в социологии и социологии журналистики.

Задание 2.6.

Какой из нижеперечисленных уровней измерений соответствует рейтинговым измерениям в СЖ:

- Ё номинальный;
- Ё порядковый;
- Ё интервальный;
- Ё пропорциональный.

Задание 2.7.

Приведите пример фиктивного рейтинга или фиктивного рейтингового измерения из белорусских СМИ.

Задание 2.8.

Сформулируйте свой вариант блока вопросов, который используется в методике рейтингового измерения “сито”.

Задание 2.9.

Дайте определение интерактивной социологии в широком и в узком смысле слова.

Задание 2.10.

Интерактивные опросы в СМИ позволяют констатировать:

- 1) есть определенное мнение;
- 2) есть определенная тенденция;
- 3) есть возможность для сравнения результатов;
- 4) есть результат, характерный для объекта и предмета исследования в целом.

Задание 2.11.

В чем заключается принципиальное отличие интерактивного телевидения от Интернет-телевидения?

Задание 2.12.

Как вы понимаете выражение “рейтинговый аудит СМИ”?

Задание 2.13.

Эффект СМИ — это: средство, прием, характеристика процесса, характеристика влияния.

Задания 2.14.

Дайте определения эффективности СМИ и влияния СМИ с точки зрения социологии журналистики.

Задание 2.15.

Различия между какими понятиями в СЖ характеризует следующее суждение?

“Социологическое мышление является научным и социально ответственным, его результаты подлежат социальному контролю”.

Задание 2.16.

От чего зависит решение журналистом следующего вопроса — принимать за 100 % социологические данные по строке или по столбцу?

Примечание: максимальная оценка за каждое полностью и правильно выполненное задание 0,63 балла, за все 16 заданий — 10 баллов.

VI. ПРИМЕРНАЯ ТЕМАТИКА КУРСОВЫХ РАБОТ ПО ДИСЦИПЛИНЕ “СОЦИОЛОГИЯ ЖУРНАЛИСТИКИ”

- 5.1. Аудитория СМИ: направления и методы исследования в белорусской социологии журналистики.
- 5.2. Журналистика как социальный институт.
- 5.3. Общее и особенное социологического интервью и журналистского.
- 5.4. Контент-анализ белорусских и российских СМИ по проблеме белорусско-российской интеграции (за три месяца).
- 5.5. Особенности участия студийной аудитории в обсуждении социальнозначимых проблем (программа “Будни” и другие телепередачи).
- 5.6. Использование информации о рейтингах СМИ в работе с рекламодателями.
- 5.7. Формы выражения общественного мнения в газетах и журналах (контент-анализ).
- 5.8. Процессы массовизации и индивидуализации в общественной жизни в сфере массовой информации.
- 5.9. Политизация СМИ и медиатизация политики с позиции социологии журналистики.
- 5.10. Роль общественного мнения в демократическом обществе и его выражение в СМИ.
- 5.11. Специфика качественных методов социологического изучения аудитории СМИ.
- 5.12. Методы медиатрии печатных и аудиовизуальных СМИ: общее и особенное.
- 5.13. Стандартные показатели медиатрии и их интерпретация в социологии журналистики.
- 5.14. Применение социологических методов в работе редакций СМИ.
- 5.15. Особенности социологического изучения установок и предпочтений журналистов.
- 5.16. Правовые и этические нормы использования и публикации социологических данных в СМИ.
- 5.17. Использование социологических данных в материалах СМИ: формы и жанры.
- 5.18. Формы совместной деятельности социологов и журналистов.
- 5.19. Социологическая культура мышления журналиста — настоящее и будущее.

**VII. ПРИМЕРНЫЕ ВОПРОСЫ К ЭКЗАМЕНУ
ПО ПРЕДМЕТУ “СОЦИОЛОГИЯ ЖУРНАЛИСТИКИ”
ДЛЯ СТУДЕНТОВ ДНЕВНОЙ ФОРМЫ ОБУЧЕНИЯ**

1. Предпосылки возникновения журналистики как социального института и ее современное состояние.
2. Методология сопоставления социологии и журналистики.
3. Социология журналистики как социологическая теория среднего уровня.
4. Понятия *пресса, печать, СМИ, СМК, масс-медиа, мультимедиа, пропаганда и коммуникация* в социологии журналистики.
5. Социология журналистики и социология массовых коммуникаций.
6. Социология журналистики и социология СМИ.
7. Социология журналистики и социолингвистика, социология публицистики.
8. Социология журналистики, социожурналистика, социологическая журналистика.
9. Объект, предмет, задачи и функции социологии журналистики.
10. Возникновение социологии журналистики.
11. Развитие теории и эмпирических исследований в рамках социологии журналистики в США и Западной Европе.
12. Становление социологии журналистики в России и СССР.
13. Советская социология журналистики конца 20-х г.: персоналии и результаты.
14. Общественное мнение как социальный институт
15. Функции, структура, комплексы общественного мнения
16. Общее и общественное мнение в социологии
17. СМИ и манипулирование общим мнением
18. Эмпирическое изучение общественного мнения и социология журналистики.
19. Классификация аудитории у Аристотеля.
20. Теоретические, естественнонаучные и исторические предпосылки развития социологических исследований аудитории.
21. Роль Дж. Гэллага в создании методики социологического изучения аудитории СМИ.
22. Исследование “читательского профиля” в социологии журналистики.
23. “Тематическая селекция” аудитории СМИ.
24. Основные мотивы формирования различных сегментов аудитории СМИ.

25. Негативная установка аудитории на СМИ и сравнительный анализ восприятия СМИ журналистами и аудиторией.
26. Понятие *прецизионной журналистики*.
27. Основные институты изучения аудитории СМИ в экономически развитых государствах.
28. Выборочные исследования аудитории СМИ в СССР.
29. Основные теоретико-прикладные положения социологии журналистики, сформулированные по результатам социологических исследований аудитории СМИ.
30. Категория “аудитория” в социологии журналистики: определение, характеристики, типы аудитории СМИ.
31. Основные правила контент-анализа СМИ.
32. Методические правила построения выборки контент-анализа СМИ.
33. Этапы контент-аналитического исследования СМИ.
34. Особенности компьютерного контент-анализа СМИ.
35. Инструментарий контент-анализа печатных СМИ.
36. Понятие *рейтинга* и *рейтингового измерения*.
37. Основные требования к рейтинговому инструментарию.
38. Типы и методики рейтинговых измерений.
39. Рейтинговые измерения в социологии журналистики.
40. Понятие интерактивности в социологии журналистики.
41. Особенности интерактивных опросов в СМИ.
42. Практика интерактивных опросов в печатных СМИ.
43. Интерактивность в СМИ.
44. Основные направления развития интерактивного телевидения.
45. Рейтинговые измерения эффективности белорусских СМИ.
46. Эффективность СМИ в социологии журналистики.
47. Понятия “эффективности” и “влияния” СМИ в журналистике и социологии.
48. Концепция влияния СМИ на аудиторию.
49. Маркетинговые исследования рынка СМИ.
50. Отличие социологического мышления от здравого смысла.
51. Культура социологического мышления журналиста: содержание и особенности.
52. Формы анализа социологических данных в СМИ.
53. Основные каналы поступления социологических данных в СМИ.
54. Основные требования к изложению социологических данных в СМИ.

VIII. ФОРМЫ ТЕКУЩЕГО, ПРОМЕЖУТОЧНОГО И ИТОГОВОГО КОНТРОЛЯ ПО ПРЕДМЕТУ “СОЦИОЛОГИЯ ЖУРНАЛИСТИКИ”

Для текущего контроля знаний студентов используется рейтинговая оценка знаний в течение всего семестра (см. “Карту оценки” и “Схему оценки знаний студентов по дисциплине “Социология журналистики”).

Промежуточными формами контроля усвоения предмета являются два письменных теста (см. раздел VI).

Основной формой контроля является экзамен по предмету, результат которого может также определяться по рейтинговой системе.

Дополнительными формами контроля, прежде всего самостоятельного изучения студентами предмета, являются: участие студентов в работе студенческой научно-исследовательской социологической лаборатории факультета журналистики; участие в проведении социологических исследований СМИ редакциями и научными организациями; выполнения контент-аналитического исследования СМИ по какой-либо проблеме; публикация, размещение в СМИ материалов в жанре социологической журналистики; реферирование и конспектирование монографической и оригинальной литературы по социологии журналистики; участие в проведении интерактивного опроса через СМИ.

Карта оценки видов учебной работы студента
(в баллах)
по _____

Схема оценки знаний студентов по предмету “Социология журналистики”

1. Посещение студентами лекций и практических занятий — 25 баллов, в том числе:

- ◆ посещение лекций — 5 баллов (1 лекция = 0,33);
- ◆ посещение практических занятий – 20 баллов (1 занятие = 2).

2. Активность на практических занятиях — 40 баллов, в том числе:

- ◆ выступление на практическом занятии — 25 баллов (1 выступление = 5);
- ◆ подготовка рефератов — 15 баллов (1 реферат = 5);
- ◆ подготовка научного доклада — до 10 баллов.

3. Проведение промежуточных зачетов (письменное тестирование по пройденным темам) — 20 баллов (1 зачет = 10).

4. Самостоятельные контролируемые виды работ студентов — 15 баллов, в том числе:

- ◆ публикации в средствах массовой информации по тематике курса;
- ◆ участие в социологических исследованиях (участие в опросах, проведение контент-анализа);
- ◆ самостоятельное изучение первоисточников и монографической литературы по курсу.

Итоговая оценка:

1. При наборе студентом менее 25 баллов он не допускается к экзамену;
2. При наборе студентом менее 50 баллов итоговая оценка не может быть выше “удовлетворительно”;
3. При наборе студентом 75–85 баллов он может получить оценку “хорошо” без сдачи экзамена;
4. При наборе студентом 85–100 баллов он может получить оценку “отлично” без сдачи экзамена;
5. Максимальная оценка на экзамене — 5 баллов добавляется к количеству баллов, набранных студентом в течение семестра, т. е. суммируется с предыдущими оценками, а не является итоговой.

**Х. ПРИМЕРНЫЕ ВОПРОСЫ К ЭКЗАМЕНУ
ПО ПРЕДМЕТУ “СОЦИОЛОГИЯ ЖУРНАЛИСТИКИ”
ДЛЯ СТУДЕНТОВ ЗАОЧНОЙ ФОРМЫ ОБУЧЕНИЯ**

1. Социально-исторические и теоретические предпосылки возникновения социологии.
2. Социология О. Конта.
3. Биологическая концепция Г. Спенсера.
4. Психологическая школа в истории социологии.
5. Географическое направление в социологии.
6. Марксистская социология или материалистическое понимание истории.
7. Классическая зарубежная социология: Э. Дюркгейм, Г. Зимель, В. Парето, Л. Гумплович, К. Маннгейм, Л. фон Визе.
8. «Понимающая» социология М. Вебера.
9. Современная зарубежная социология.
10. Российская и советская социология.
11. Развитие социологии в Беларуси.
12. Объект социологии.
13. Предмет социологии.
14. Структура социологического знания
15. Место социологии в системе общественных наук
16. Функции социологии
17. Понятие социального закона.
18. Содержание и структура программы социологического исследования.
19. Особенности разработки методологического раздела программы социологического исследования.
20. Типы стратегического плана исследований в социологии.
21. Выборочный метод в социологии.
22. Опрос в социологии, его разновидности и их классификация.
23. Классификация вопросов в социологии.
24. Социологическое наблюдение, его виды.
25. Метод анализа документов в социологии.
26. Контент-аналитические исследования в социологии.
27. Основные виды и специфика качественных методов в социологии.
28. Тестовые процедуры и эксперимент в социологии.
29. Метод социометрии.
30. Статистическая обработка и анализ социологической информации.
31. Журналистика как социальный институт.
32. Социология и журналистика: общее и особенное.

33. Социология журналистики как специальная социологическая теория
34. Основные категории и термины журналистики, используемые в социологии.
35. Социология журналистики и социология массовых коммуникаций.
36. Социология журналистики и социология СМИ.
37. Социология журналистики и социология печати, социоллингвистика.
38. Понятия “социожурналистики” и “социологической журналистики” в социологии журналистики.
39. Объект, предмет, функции и задачи социологии журналистики.
40. Возникновение и развитие социологии журналистики.
41. Общественное мнение как социальный институт.
42. Функции и структура общественного мнения.
43. СМИ и манипулирование общим мнением.
44. Эмпирическое изучение общественного мнения.
45. Понятие “аудитория” у Аристотеля.
46. Предпосылки возникновения и развития социологических исследований аудитории.
47. Дж. Гэллуп – основоположник социологических исследований аудитории СМИ.
48. Исследование “читательского профиля” аудитории СМИ.
49. Изучение “тематической селекции” аудитории и негативных установок у нее в отношении СМИ.
50. Мотивы выбора аудитории СМИ.
51. Формы и методы изучения аудитории в США, Западной Европе, Японии, СССР и Беларуси.
52. Понятие “аудитории” в социологии журналистики.
53. Понятия “рейтинга” и “рейтингового измерения” в социологии.
54. Основные типы и методики рейтинговых измерений в социологии журналистики.
55. Инструментарий, выборка, процедура рейтинговых измерений в социологии журналистики.
56. Рейтинговые измерения аудитории СМИ в социологии журналистики.
57. Техника и процедуры контент-аналитического исследования в социологии журналистики.
58. Этапы контент-анализа СМИ в социологии журналистики.
59. Особенности компьютерного контент-анализа СМИ.
60. Практика и инструментарий контент-анализа печатных СМИ в социологии журналистики.

**XI. ПРИМЕРНЫЕ ТЕМЫ КОНТРОЛЬНЫХ РАБОТ
ПО ПРЕДМЕТУ “СОЦИОЛОГИЯ ЖУРНАЛИСТИКИ”
ДЛЯ СТУДЕНТОВ ЗАОЧНОЙ ФОРМЫ ОБУЧЕНИЯ**

- 10.1. Социально-исторические и теоретические предпосылки возникновения социологии.
- 10.2. Западноевропейская социология XIX — начало XX века.
- 10.3. Социологическая теория О. Конта.
- 10.4. Г. Спенсер и биологическое направление в социологии.
- 10.5. Психологическая школа в социологии: взгляды Г. Тарда и Г. Лебона.
- 10.6. Э. Реклю и Ф. Ратцель — представители географического направления в социологии XIX века.
- 10.7. Социологические взгляды К. Маркса и Ф. Энгельса.
- 10.8. Теория социальных фактов Э. Дюркгейма
- 10.9. “Социологическая перспектива” М. Вебера.
- 10.10. Социологическая система В. Парето.
- 10.11. Структурный функционализм Г. Парсонса.
- 10.12. Теория социального обмена П. Блау.
- 10.13. Символический интеракционизм Г. Блумера.
- 10.14. Феноменологическая социология.
- 10.15. Развитие социологии в России.
- 10.16. Развитие социологии в СССР.
- 10.17. П. Сорокин и российская социология.
- 10.18. Развитие социологии в Белоруссии.
- 10.19. Объект социологии.
- 10.20. Предмет социологии.
- 10.21. Структура социологического знания.
- 10.22. Место социологии в системе общественных наук.
- 10.23. Функции социологии.
- 10.24. Понятие социального закона.
- 10.25. Научный метод в социологии.
- 10.26. Структура программы социологического исследования.
- 10.27. Методологический раздел программы социологических исследований.
- 10.28. Особенности процедурного раздела программы социологических исследований.
- 10.29. Выборка в социологическом исследовании.
- 10.30. Репрезентативность в социологическом исследовании.
- 10.31. Опрос в социологии.

- 10.32. Социологическое наблюдение.
- 10.33. Метод анализа документов в социологии.
- 10.34. Контент-анализ в социологии.
- 10.35. Качественные методы исследований в социологии.
- 10.36. Эксперименты и тестовые процедуры.
- 10.37. Социометрия и экспертные опросы.
- 10.38. Журналистика как социальный институт.
- 10.39. Социология и журналистика: сходство и различия.
- 10.40. Социология журналистики как специальная социологическая теория.
- 10.41. Предмет и объект социологии журналистики.
- 10.42. Социологическая журналистика.
- 10.43. Функции и задачи социологии журналистики.
- 10.44. Возникновение и развитие социологии журналистики.
- 10.45. Становление социологии журналистики в России и СССР.
- 10.46. Общественное мнение как социальный институт.
- 10.47. П. Бурдьё об общественном мнении.
- 10.48. Общее и общественное мнение в социологии журналистики.
- 10.49. Э. Ноэль-Нойман и “спираль молчания”.
- 10.50. СМИ и манипулирование общим мнением.
- 10.51. Концептуальные методы манипулирования в СМИ.
- 10.52. Политическая коммуникация.
- 10.53. Политическая реклама в СМИ.
- 10.54. Характеристика аудитории в “Риторике” Аристотеля.
- 10.55. Дж. Гэллуп и социологическое изучение аудитории СМИ.
- 10.56. Основные направления социологического исследования аудитории СМИ.
- 10.57. Понятие прецизионной журналистики в западной социологии.
- 10.58. Технические средства измерения телеаудитории в США, Великобритании и ФРГ.
- 10.59. Социологические исследования аудитории в СССР.
- 10.60. Понятие “аудитории” в социологии журналистики.
- 10.61. Рейтинг, ранг и ранжир в социологии.
- 10.62. Рейтинговые шкалы в социологии.
- 10.63. Требования к рейтинговому инструментарию.
- 10.64. Основные типы и методики рейтинговых измерений в социологии журналистики.
- 10.65. Рейтинговые измерения СМИ.
- 10.66. Контент-аналитические исследования в социологии журналистики.

- 10.67. Этапы контент-анализа СМИ и их содержание.
10.68. Особенности компьютерного контент-анализа СМИ.
10.69. Контент-анализ печатных СМИ методом опроса.
10.70. Медиаэтические исследования СМИ.

ХII. ИЗВЛЕЧЕНИЯ ИЗ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО СТАНДАРТА ПО СПЕЦИАЛЬНОСТИ 23.01.08. “ЖУРНАЛИСТИКА” СОЦИОЛОГИЯ ЖУРНАЛИСТИКИ

Журналистика как социальный институт. Социология и журналистика: общее и особенное. Социология журналистики как специальная социологическая теория.

Объект, предмет, функции социологии журналистики. Социология журналистики и социология массовых коммуникаций. Понятия социолингвистики, социологии СМИ, социологии печати, социологии прессы, социологии пропаганды, социожурналистики. Социологическая журналистика.

Возникновение социологии журналистики. Развитие теории и эмпирических исследований в рамках социологии журналистики в США и Западной Европе. Становление социологии журналистики в России и Советском Союзе.

Общественное мнение как социальный институт. Функции и структура общественного мнения. Средства массовой информации и манипулирование общим мнением. Эмпирическое изучение общественного мнения. Социология журналистики и социология общественного мнения.

Возникновения понятия “аудитория”. Теоретические, естественнонаучные, исторические предпосылки развития социологических исследований аудитории СМИ. Дж. Гэллуп – основоположник эмпирических социологических исследований аудитории СМИ. Основные направления социологических исследований аудитории СМИ: история и современность. Понятие аудитории в социологии журналистики.

Особенности применения метода контент-анализа в социологии журналистики. Программы компьютерного контент-анализа текстов СМИ. Требования к выборкам контент-аналитического исследования.

Понятие рейтинга и рейтингового замера в социологии. Основные требования к рейтинговому инструментарию. Основные типы и методики рейтинговых измерений. Рейтинговые измерения аудитории СМИ.

Интерактивные СМИ и интерактивная социология. Понятие интерактивности. Особенности интерактивных опросов. Практика интерактивных опросов в печатных СМИ. Интерактивные технологии в современных СМИ.

Рейтинговые измерения эффективности белорусских СМИ. Понятия эффективности и влияния СМИ в журналистике и социологии. Маркетинговые исследования рынка СМИ.

Предпосылки возникновения социологической культуры в журналистике. Культура социологического мышления журналиста. Формы и содержание социологических публикаций и материалов в СМИ.

А) Социология журналистики

Программа предусматривает подготовку магистров к научно-исследовательской деятельности в области социологии и социологии журналистики.

В соответствии с выделенным проблемным полем исследовательской деятельности программа включает следующие разделы: журналистика как социальный институт; социология журналистики как специальная социологическая теория; категориальный и понятийно-терминологический аппарат социологии журналистики; методология, методы и процедуры научных исследований в области социологии и социологии журналистики; социологические проблемы взаимодействия СМИ и общественного мнения; основные направления социологических исследований аудитории СМИ; особенности применения метода контент-анализа в социологии и социологии журналистики; использование компьютерного контент-анализа текстов СМИ; рейтинговые измерения в социологии и социологии журналистики, рейтинговые измерения аудитории СМИ, рейтинговые измерения эффективности СМИ; методы интерактивной социологии в журналистской практике; исследования влияния СМИ на общество в журналистике и социологии; культура социологического мышления журналиста; социологическая журналистика как социальная технология.

Предполагается стажировка магистров во время учебы в студенческой научно-исследовательской социологической лаборатории и прохождение дополнительной подготовки как преподавателей социологии журналистики.

Б) Социология журналистики

Программа предусматривает подготовку магистров к выполнению профессиональных задач повышенной сложности и исследованиям в области социологии и социологии журналистики.

Программа предусматривает углубленное изучение истории и теории социологии; методологии, методики, методов и процедур организации и проведения оперативных социологических исследований. Основ-

ной элемент программы – социология журналистики: журналистика как социальный институт; социология журналистики как специальная социологическая теория; социологическая журналистика; социологическое изучение эффективности и влияния СМИ, аудитории СМИ, редакций СМИ, журналистского образования, роли СМИ в манипулировании общим и общественным мнением, текстов СМИ. Особое внимание уделяется проблемам обработки социологической информации, ее анализа и интерпретации, а также использования в журналистской практике. Включается изучение методологии и методики рейтинговых измерений в социологии журналистики, а также интерактивных социологических опросов в СМИ, включая онлайн-опросы.

Целью программы является формирование социологической культуры журналиста и прежде всего культуры социологического мышления у магистров. Магистры, прошедшие подготовку по данной программе, должны: владеть системой знаний и навыков, необходимых для организации и проведения научных социологических исследований в области социологии журналистики, быть способными выполнять обязанности руководителя и сотрудника социологической службы СМИ; быть подготовленным преподавать социологию журналистики как учебную дисциплину.

СОДЕРЖАНИЕ

Пояснительная записка	3
I. Организационно-методический раздел	3
II. Примерный тематический план лекционного курса по “Социологии журналистики” для студентов дневной формы обучения	5
III. Содержание лекционного курса	6
IV. Примерный тематический план практических занятий по дисциплине “Социология журналистики”	12
V. Содержание практических занятий по дисциплине “Социология журналистики”: основные вопросы, темы рефератов и докладов, список литературы для самостоятельного изучения и реферирования	13
VI. Примерная тематика курсовых работ по дисциплине “Социология журналистики”	25
VII. Примерные вопросы к экзамену по предмету “Социология журналистики” для студентов дневной формы обучения	26
VIII. Формы текущего, промежуточного и итогового контроля по предмету “Социология журналистики”	28
IX. Примерный тематический план лекционного курса по предмету “Социология журналистики” для студентов заочной формы обучения	31
X. Примерные вопросы к экзамену по предмету “Социология журналистики” для студентов заочной формы обучения	32
XI. Примерные темы контрольных работ по предмету “Социология журналистики” для студентов заочной формы обучения	34
XII. Извлечения из образовательного стандарта по специальности 23.01.08. “Журналистика” Социология журналистики	36

Учебное издание

**УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИЙ КОМПЛЕКС
ПО ПРЕДМЕТУ
“СОЦИОЛОГИЯ ЖУРНАЛИСТИКИ”
Модуль I.**

**Примерная программа дисциплины
“Социология журналистики”**

Соответствует образовательному стандарту
по специальности 23.01.08. Журналистика

А в т о р

Дмитриев Евгений Иванович

В авторской редакции

Подписано в печать 2001. Формат 60x84/16. Бумага офсетная.

Печать офсетная. Гарнитура Таймс.

Усл. печ. л. . Уч.-изд. л. . Тираж экз. Зак.

Налоговая льгота – Общегосударственный классификатор
Республики Беларусь ОКРБ 007-98, ч. 1; 22.11.20.600.

Белорусский государственный университет.

Лицензия ЛВ № 315 от 14.07.98.

220050, Минск, проспект Франциска Скорины, 4.

Отпечатано в Издательском центре БГУ.

Лицензия ЛП № 284 от 21.05.98.

220030, Минск, ул. Красноармейская, 6.