

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

«Забайкальский государственный университет»

(ФГБОУ ВО «ЗабГУ»)

Историко-филологический факультет

Кафедра журналистики и связей с общественностью

УЧЕБНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

для студентов заочной формы обучения

по дисциплине **«Социология массовых коммуникаций»**

**для направления подготовки 42.03.01 – Реклама и связи с
общественностью**

**Профиль «Реклама и связи с общественностью в государственных и
бизнес-структурах»**

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) – 5 зачетные единицы (180 ч.).

Форма промежуточного контроля в семестре – зачет, 6 семестр, экзамен 7
семестр

Краткое содержание курса

Перечень изучаемых разделов, тем дисциплины (модуля).

№	Тема
1	Возникновение СМК в обществе. История развития СМИ как каналов коммуникации. История развития социологии МК. Модели коммуникации, лидеры мнений.
2	Характеристика аудитории СМИ. Понятия целевой, потенциальной, реальной аудитории. Общественное мнение как базовая категория социологии журналистики. Особенности формирования общественного мнения. Спираль умолчания.
3	Программа социологического исследования. Качество информации как залог достижения объективности исследований. Сущность количественных исследований (интернет-опросы, анкеты, фокус-группы, рейтинги СМИ). Сущность качественных исследований (наблюдение, эксперимент, биографический метод).
4	Применение социологической информации в работе ПР-специалиста. Основные правила использования опросов. Возможности мультимедийных технологий в публикации и использовании социологических данных. Культура социологического мышления

Семестр 5

Форма текущего контроля

Контрольная работа №_1__

Контрольная работы выполняется в виде отчета по исследованию. Исследование проводится по программе и темам, предложенным преподавателем. Для проведения исследования студент самостоятельно разрабатывает необходимый бланк исследования

Виды социологических исследований:

1. опрос
2. анкетирование
3. наблюдение
4. интервьюирование (индивидуальное, групповое, фокус-группа)
5. дневниковое исследование
6. контент-анализ
7. биографический метод

Разновидности бланков исследования:

1. бланк опроса
2. анкета

3. бланк для проведения наблюдения
4. бланк для интервью
5. дневниковая панель
6. бланк-таблица для контент-анализа

Контрольная работа № 2

Темы для самостоятельных работ:

1. Изучить биографии основных мировых медиамагнатов (Тэд Тернер, Аксель Шпрингер, Сильвио Берлускони, Р. Херст, Джозеф Пулитцер, Руперт Мердок, Роберт Максвелл, Виктор Шкулев, Борис Березовский, Алишер Усманов и др.). Затем написать творческое эссе на темы: «Как сделать бизнес на информации», «Какие основные ошибки допускают бизнесмены в работе со СМИ», «Примеры успешного соседства коммерческого и информационного бизнеса».
2. Найти в СМИ примеры диффамации и проанализировать приемы использования и вероятные последствия.
3. Провести исследование публикаций 2-3 местных газет на любую актуальную проблематику.
4. провести анализ основных тем ленты новостей 2-3 информационных агентств.
5. Провести анализ существующей социальной рекламы (проблематика - на выбор студента).
6. Согласно бланку изучить СМИ выбранной страны и представить информацию в форме презентации.

Форма промежуточного контроля

Зачет (5 семестр)

Перечень примерных вопросов для подготовки к зачету.

1. Общественное мнение: определение, характеристики. Возможность влияния на общественное мнение
2. Особенности публикации социологической информации в СМИ. Приемы изложения данных. Основные социологические фирмы в России и за рубежом.
3. Понятие репрезентативности и выборки. Выборка: определение, виды выборок, правила составления выборки
4. Анализ содержания: основные понятия, методика проведения.
5. Основные принципы разработки программы социологического исследования.
6. Метод наблюдения при сборе социологической информации, виды наблюдения.
7. Опрос как метод изучения аудитории. Требования к вопроснику (Дж. Гэллуп). Виды вопросов. Виды респондентов.
8. Способы измерения теле- и радиоаудитории. Рейтинг.
9. Биографический метод. Виды биографического интервью.
10. Метод интервью в социологии МК, особенности социологического интервью.
11. Принципы отбора респондентов при социологическом интервью.
12. Интернет-ресурсы для измерения аудитории СМИ.
14. Метод эксперимента в социологии МК. Основные понятия.
15. Способы анализа данных (группировка, классификация, типологизация).
16. Социологическая характеристика современной прессы (на примерах местных СМИ)..

17. Культура социологического мышления. Я-концепция специалиста по ПР и его социальная позиция, возможные варианты.

Оформление письменной работы согласно МИ-01-02-2018

Общие требования к построению и оформлению учебной текстовой документации

Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

1.1. Основная литература

1. Социология журналистики : учеб. для бакалавров / под ред. С.Г. Корконосенко. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва : Юрайт, 2013. - 421 с. : ил.
2. Свитич, Л. Г. Социология журналистики : учебник для академического бакалавриата / Л. Г. Свитич. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 397 с.
3. Могильчак, Е. Л. Методика социологического исследования. Выборочный метод : учебное пособие для бакалавриата и магистратуры / Е. Л. Могильчак ; под науч. ред. А. В. Меренкова. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 117 с.
4. Социология. Методика проведения социологических исследований : учебное пособие для бакалавриата и магистратуры / под ред. И. Е. Тимерманиса, А. Г. Тановой. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 118 с.
5. Зерчанинова, Т. Е. Социология: методы прикладных исследований : учебное пособие для вузов / Т. Е. Зерчанинова. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 207 с.

1.2. Дополнительная литература

1. Касьянов, В. В. Социология массовой коммуникации : учебник для академического бакалавриата / В. В. Касьянов. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 299 с.
2. Основы теории коммуникации : учебник и практикум для академического бакалавриата / Т. Д. Венедиктова [и др.] ; под ред. Т. Д. Венедиктовой, Д. Б. Гудкова. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 193 с.
3. Федотова, Лариса Николаевна.
Социология массовых коммуникаций. Теория и практика : Учебник для бакалавров / Федотова Лариса Николаевна; Федотова Л.Н. - 5-е изд. - М. : Издательство Юрайт, 2017. - 603. - (Бакалавр. Академический курс). - ISBN 978-5-9916-3195-2 : 174.45.
4. Гуревич, П. С. Социология и психология рекламы : учебное пособие для вузов / П. С. Гуревич. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 462 с.

1.3. Собственные учебные пособия

1. Полякова, Юлия Александровна. Социологические методы в системе массовых коммуникаций : учеб.-метод. пособие / Полякова Юлия Александровна. - Чита : ЗабГУ, 2016. - 104 с.

Преподаватель _____ Ю. А. Полякова

Заведующий кафедрой _____ И. В. Ерофеева
подпись