Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Максимов Алексей Борисович
Должность: директор департамента по образовательной политике
Дата подписания: 12.09.2026 15:16:02
Уникальный программный ключ:
8db180d1a3f02ac9e60521a5672742735c18b348

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«МОСКОВСКИЙ ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(МОСКОВСКИЙ ПОЛИТЕХ)

Факультет издательского дела и журналистики

УТВЕРЖДАЮ

Декан

_____/Е.Л. Хохлогорская/

«26» февраля 2026 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

СОЦИОЛОГИЯ СМИ

Направление подготовки
42.03.02 Журналистика

Профили
«Мультимедийна журналистика и цифровое продюсирование»,
«Корпоративные медиа и бренд-журналистика»

Квалификация
бакалавр

Формы обучения
Очная

Москва, 2026 г.

Разработчик:

К.ф.н., доцент кафедры «Журналистика и массовые коммуникации имени М.Ф. Ненашева» /В.В. Перевалов/



Согласовано:
Заведующий кафедрой «Журналистика и массовые коммуникации имени М.Ф. Ненашева»,

к.н.с., доцент



/Л.Г. Толчинский/

Руководитель образовательной программа

к.н.с., доцент



/Л.Г. Толчинский/

Содержание

1.	Цели, задачи и планируемые результаты обучения по дисциплине	4
2.	Место дисциплины в структуре образовательной программы	5
3.	Структура и содержание дисциплины	5
3.1.	Виды учебной работы и трудоемкость	5
3.2.	Тематический план изучения дисциплины	5
3.3.	Содержание дисциплины	6
3.4.	Тематика семинарских/практических и лабораторных занятий	7
3.5.	Тематика курсовых проектов (курсовых работ)	7
4.	Учебно-методическое и информационное обеспечение	7
4.1.	Нормативные документы и ГОСТы	7
4.2.	Основная литература	7
4.3.	Дополнительная литература	8
4.4.	Электронные образовательные ресурсы	8
4.5.	Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение	8
4.6.	Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы	8
5.	Материально-техническое обеспечение	8
6.	Методические рекомендации	8
6.1.	Методические рекомендации для преподавателя по организации обучения	8
6.2.	Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины	9
7.	Фонд оценочных средств	9
7.1.	Методы контроля для оценивания результатов обучения	9
7.2.	Шкала и критерии оценивания результатов обучения	10
7.3.	Оценочные средства	12

1. Цели, задачи и планируемые результаты обучения по дисциплине

Цель изучения дисциплины «Социология СМИ» - достижение синтеза базовых представлений студентов об обществе, о социальных процессах и личности, полученных из дисциплин социально-гуманитарного цикла, с теоретическим знанием о журналистике и журналистской деятельности как социальном явлении; определение места и роли журналистики и журналистов в социальной действительности, их значения во взаимодействии социальных групп, институтов, организаций общества и индивидов; обоснование восприятия журналистской продукции как важнейшего источника познания общественной жизни; формирование представления о социологической культуре журналиста; освоение адаптированными к практике СМИ социологических методов исследования социальной действительности для изучения природы и функционирования СМИ, а также для применения в профессиональной деятельности.

К основным **задачам** освоения дисциплины относятся:

- Изучение социологических подходов к функционированию СМИ,
- Изучение основных методов сбора и анализа информации, применяемых в исследованиях специальных социологических центров и редакционной работе,
- Изучение результатов социологических исследований печати, телевидения, радио, интернет-СМИ, направлений их практического использования в профессиональных целях.

Обучение по дисциплине «Социология СМИ» направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций:

Код и наименование компетенций	Индикаторы достижения компетенции
ОПК-4. Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	ИОПК-4.1 Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп ИОПК-4.2 Учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании журналистских текстов и (или) продуктов

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина относится к обязательной части блока Б1 «Дисциплины» (модули).

Дисциплина взаимосвязана логически и содержательно-методически со следующими дисциплинами и практиками ОП: Политология и социология, Введение в профессию, Основы теории журналистики.

3. Структура и содержание дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы (72 часа).

3.1 Виды учебной работы и трудоемкость

(по формам обучения)

3.1.1. Очная форма обучения

п/п	Вид учебной работы	Количество часов	6 семестр
	Аудиторные занятия	**36**	36

	В том числе:		
1	Лекции	18	18
2	Семинарские/практические занятия	18	18
3	Лабораторные занятия	-	-
	Самостоятельная работа	**36**	36
	В том числе:		
1	Чтение и анализ текстов, подготовка докладов, сообщений	18	18
2	Выполнение контрольных работ	18	18
	Промежуточная аттестация		
	Зачет	**-**	-
	Итого	**72**	72

3.1.2. Заочная форма обучения

п/п	**Вид учебной работы**	**Количество часов**	**7 семестр**
	Аудиторные занятия	**8**	8
	В том числе:		
1	Лекции	4	4
2	Семинарские/практические занятия	4	4
3	Лабораторные занятия	-	-
	Самостоятельная работа	**64**	64
	В том числе:		
1	Чтение и анализ текстов, подготовка докладов, сообщений	32	32
	Выполнение контрольных работ	32	32
	Промежуточная аттестация		
	Зачет	**-**	-
	Итого	**72**	72

3.2 Тематический план изучения дисциплины

(по формам обучения)

3.2.1. Очная форма обучения

	Разделы/темы дисциплины	**Трудоемкость, час**		
		Всего	**Аудиторная работа**	

/п			Лекции	Семинарские/ практические занятия	Лабораторные занятия	Практическая подготовка	**Самостоятельная работа**
1	Тема 1. Объект и предмет социологии СМИ	8	2	2			4
2	Тема 2. Социальные функции СМИ	8	2	2			4
3	Тема 3. СМИ в процессе обмена капиталами	8	2	2			4
4	Тема 4. История социологии СМИ	8	2	2			4
5	Тема 5. Эмпирические исследования СМИ: процедуры и методы	16	4	4			8
6	Тема 6. Направления эмпирических исследований	24	6	6			12
	Итого	**72**	**18**	**18**			**36**

3.2.2. Заочная форма обучения

/п	**Разделы/темы дисциплины**	**Трудоемкость, час**					
		Всего	**Аудиторная работа**				**Самостоятельная работа**
			Лекции	Семинарские/ практические занятия	Лабораторные занятия	Практическая подготовка	
1	Тема 1. Объект и предмет социологии СМИ	8	2	-	-	-	6
2	Тема 2. Социальные функции СМИ	8	2	-	-	-	6
3	Тема 3. СМИ в процессе обмена капиталами	8	-	-	-	-	8
4	Тема 4. История социологии СМИ	6	-	-	-	-	6
5	Тема 5. Эмпирические исследования СМИ: процедуры и методы	20	-	2	-	-	18
6	Тема 6. Направления эмпирических исследований	22	-	2	-	-	20
	Итого	**72**	**4**	**4**	**-**	**-**	**64**

3.3 Содержание дисциплины

Тема 1. Объект и предмет социологии СМИ

Объект социологии СМИ. Социальная коммуникация. Основания для классификации видов социальной коммуникации. Масса, массовая коммуникация, массовая информация, массовизация. СМИ как вид массовой коммуникации.

Предмет, структура и проблематика социологии СМИ. Предмет и структура социологии СМИ. Проблематика социологических исследований СМИ.

Тема 2. Социальные функции СМИ

О подходах к моделированию функций СМИ. Коммуникативная функция. Содержание коммуникативной функции. Доступ к коммуникации. СМИ в системе социальных связей. Коммуникация и трансмиссия. Коммуникативные конфигурации в СМИ

Информационная функция. Содержание функции. Дисфункции информационной деятельности. Медиатизация. Формирование повестки дня.

Ценностно-регулирующая функция. Содержание функции. Ценностно-регулирующая функция и социализация.

Социально-организационная и социально-креативная функции. Содержание функции. СМИ и общенациональная идентичность. Процесс индивидуализации и социальное строительство. СМИ как фактор формирования общественного мнения и его субъекта. СМИ и новые социальные общности

Функция форума, или канала социального участия. Содержание функции. Понятие социального/гражданского участия. Форум, участие и обратная связь. Информационный аспект социального участия. Функция форума как необходимая для всех типов СМИ. Социальное представительство и участие. Демократизм и профессионализм в управлении обществом. Факторы участия. Институциональные и гражданские права. Социальные и информационные технологии участия

Функция психического регулирования. Содержание функции. Факторы эмоционального влияния СМИ.

Тема 3. СМИ в процессе обмена капиталами

Социальные пространства, поля, капиталы. Ресурсы медийного поля.

Конвертация капиталов в поле СМИ. Капитал известности в поле СМИ. СМИ-власть-бизнес-общество.

Социальный капитал и СМИ.

Тема 4. История социологии СМИ

Зарождение социологического знания. Возникновение СЖ в Западной Европе и СМИ. Методологические основы, заложенные зарубежными социологами. Социологи-эмпирики.

Условия и факторы развития социологии печати, радио и телевидения

Отечественная социология журналистики: дореволюционный и послереволюционный период развития

Основные этапы послевоенного развития отечественной социологии СМИ

Поиск методологических и методических оснований.

Тема 5. Эмпирические исследования СМИ: процедуры и методы

Измерение в социологии. Социальный факт

Виды эмпирических исследований. Критерии выделения видов исследования. Социальные показатели. Шкалы.

Процедура исследования и факторы надежности собранной информации. Выборка и репрезентативность данных

Методы сбора данных. Опросы. Изучение документов. Наблюдение. Экспериментальный метод и тестирование.

Организация эмпирических исследований. Стандартные исследования (медиаметрия). Эксклюзивные заказные исследования. Собственные редакционные исследования

Статистическая обработка и интерпретация собранных данных.

Представление результатов исследования.

Тема 6. Направления эмпирических исследований

Коммуникаторы/журналисты. Проблематика исследований. Журналисты и их контрагенты. Непрофессиональные коммуникаторы. Методы исследований журналистов.

Контент. Проблематика эмпирических исследований контента. Анализ различных знаковых систем и коммуникативных ситуаций. Контент-анализ отдельных акций в СМИ.

Канал/средство массовой информации. Канал как способ доставки контента. Каналы, относящиеся к разным средствам передачи информации

Аудитория СМИ. Факторы развития эмпирических исследований аудитории. Концепции и парадигмы исследований. Понятия и показатели. Тенденции в поведении аудитории. Отношение аудитории к СМИ. Сегментирование аудитории.

Эффекты. Понятия «эффект» и «эффективность». Виды эффектов. Опыт исследования эффектов в XX в.

3.4 Тематика семинарских/практических и лабораторных занятий

3.4.1. Семинарские/практические занятия для очной формы обучения

Семинар 1. Объект и предмет социологии СМИ.
Семинар 2. Социальные функции СМИ.
Семинар 3. СМИ в процессе обмена капиталами.
Семинар 4. История социологии СМИ.
Семинар 5. Виды эмпирических исследований.
Семинар 6. Методы сбора данных и представление результатов исследования.
Семинар 7. Направления эмпирических исследований
Семинар 8. Аудитория СМИ.
Семинар 9. Эффекты.

3.4.2. Семинарские/практические занятия для заочной формы обучения

Семинар 1. Эмпирические исследования СМИ.
Семинар 2. Аудитория СМИ.

3.4.2. Лабораторные занятия

Не предусмотрены

3.5 Тематика курсовых проектов (курсовых работ)

Не предусмотрены

4. Учебно-методическое и информационное обеспечение

4.1 Нормативные документы и ГОСТы

Закон РФ от 27.12.1991 N 2124-1 (ред. от 29.12.2022) «О средствах массовой информации». 27 декабря 1991 года N 2124-1 // https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_1511/ [Режим доступа - свободный]

4.2 Основная литература

Свитич, Л. Г. Социология журналистики : учебник для вузов / Л. Г. Свитич. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 397 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-

00396-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/511463 (дата обращения: 25.05.2023).

Корконосенко, С. Г. Социология журналистики : учебник для бакалавров / С. Г. Корконосенко ; ответственный редактор С. Г. Корконосенко. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 421 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-2275-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/508913 (дата обращения: 25.05.2023).

Фомичева И.Д. Социология СМИ : учебное пособие / Фомичева И.Д.. — Москва : Аспект Пресс, 2012. — 360 с. — ISBN 978-5-7567-0646-8. — Текст : электронный // IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/8858.html (дата обращения: 26.05.2023). — Режим доступа: для авторизир. Пользователей

4.3. Дополнительная литература

Федотова, Л. Н. Социология массовых коммуникаций. Теория и практика : учебник для вузов / Л. Н. Федотова. — 5-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 603 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15379-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/510820 (дата обращения: 25.05.2023).

Сидоров В.А. 10 Рассуждений о социологии журналистики : учебное пособие / Сидоров В.А.. — Санкт-Петербург : Петрополис, 2012. — 312 с. — ISBN 978-5-9676-0456-0. — Текст : электронный // IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/27042.html (дата обращения: 26.05.2023). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

4.3 Электронные образовательные ресурсы

Электронный ресурс «Социология СМИ» https://online.mospolytech.ru/local/crw/course.php?id=8776

4.4 Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение

Не требуется

4.5 Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

1. Сайт Союза журналистов России https://ruj.ru/
2. Российская государственная библиотека. http://www.rsl.ru/
3. Государственная публичная историческая библиотека России. http://www.shpl.ru/
4. Российская национальная библиотека http://www.nlr.ru/
5. http://expositions.nlr.ru/fond/paper/paper_moscow.php

5. Материально-техническое обеспечение

Аудитории для лекционных и семинарских занятий из общего фонда. Необходима интерактивная доска/ноутбук, проектор для демонстрации презентаций.

Университет обеспечивает инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья специальными материально-техническими средствами обучения (включая специальное программное обеспечение) и электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья, при наличии их заявлений о

необходимости предоставления специализированных электронных образовательных ресурсов.

6. Методические рекомендации

6.1 Методические рекомендации для преподавателя по организации обучения

Методика преподавания дисциплины «Социология СМИ» и реализация компетентностного подхода в изложении и восприятии материала предусматривает лекции, лекции-обсуждения, проблемные лекции, подготовку докладов, контактные консультации в виде индивидуального разбора представленных докладов, помощь в подборе литературы для выступления. Семинарские занятия в виде докладов, обсуждений, разбора подготовленных дома домашних заданий (по текстам СМИ).

На лекциях используются интерактивные формы работы.

а) в виде групповых дискуссий. Обсуждение прочитанного материала, аргументация своей позиции; формирование умения применять разбираемые понятия для анализа социальной реальности, анализа различных социальных явлений и процессов с разных точек зрения, с позиции различных социологических подходов.

б) Разработка и презентация групповых проектов. Анализ выбранной социальной проблемы с социологической точки зрения, анализ того, как эта проблема освещается в СМИ.

Групповой проект (в мини-группах) включает презентацию результатов анализа перед однокурсниками, их доработку и представление в письменном виде в формате контрольной работы.

1. На основе анализа социологических статей (журналы «Социологические исследования», «Социальная реальность», «Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены» и др.) выбрать актуальную для современного российского общества социальную проблему, рассмотреть освещение проблемы в СМИ.

2. Дать научное обоснование тому, что выбранное явление действительно является социальной проблемой.

3. Показать, в чем заключается социологический подход СМИ к анализу выбранной социальной проблемы, проиллюстрировать это примерами из исследований.

4. Сравнить подходы к анализу выбранной социальной проблемы в разных СМИ, проиллюстрировать это примерами из периодических изданий.

Подготовка собственных исследовательских проектов-эссе.

а. Мониторинг интереса СМИ к изучению отношений власти.

Формат: контрольная работа.

Суть задания: просмотреть в периодических изданиях за последние 10-12 месяцев статьи по тематике «власть» (это могут быть теоретические обзоры, аналитические статьи, описание данных эмпирических исследований и т.п.). Проанализировать, какие именно темы поднимались для обсуждения в периодике; на каких вопросах акцентировалось внимание; в каких аспектах рассматривалось понятие власть, в совокупности с какими понятиями; как менялся этот интерес на протяжении рассматриваемого периода.

б. Иллюстрация различных подходов к определению понятия «культура».

Формат: контрольная работа.

Суть задания: на основе аналитических статей, опубликованных в СМИ, проиллюстрировать различные подходы к определению понятие «культура»

Групповой проект с использованием методов социологического исследования.

Работа в мини-группах по 3-5 человека.

Каждая группа выбирает актуальную социальную проблему и изучает её освещение в различных СМИ. Исследование проблемы осуществляется с помощью какого-либо из

методов социологического исследования, наиболее подходящего для рассмотрения данной социальной проблемы.

6.2 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Активность на семинарских и практических занятиях имеет приоритетное значение перед посещением лекций. Дискуссии на семинарах по заранее объявленным темам проходят в свободной форме и имеют целью выявление знания, понимания проблемы и способности критической оценки различных подходов к анализу средств массовой информации и методов их изучения. \

Самостоятельная внеаудиторная работа студента направлена на выработку профессиональной привычки самостоятельной работы по поиску, анализу информации по теме, систематизации материала. Предполагается подготовка контрольной работы, докладов и сообщений, презентации в мультимедийном формате по темам курса. Обязательно знакомство с современными печатными и электронными СМИ.

Дисциплина оценивается в ходе зачета. По итогам промежуточной аттестации по дисциплине (модулю) выставляется оценка «зачтено», «не зачтено».

7. Фонд оценочных средств

7.1 Методы контроля и оценивания результатов обучения

В процессе обучения используются следующие оценочные формы самостоятельной работы студентов, оценочные средства текущего контроля успеваемости и промежуточных аттестаций: подготовка, представление и обсуждение докладов на семинарских занятиях, контрольные работы.

Оценочные средства текущего контроля успеваемости включают тематику сообщений (докладов), тематику контрольных работ.

Форма промежуточной аттестации - зачет. Зачет принимается в форме собеседования, обязательны дополнительные вопросы по каждой пропущенной или плохо отработанной на семинаре/практическом занятии теме.

Промежуточная аттестация обучающихся проводится по результатам выполнения всех видов учебной работы, предусмотренных учебным планом по данной дисциплине, при этом учитываются результаты текущего контроля успеваемости в течение семестра. Результирующая оценка слагается из следующих составляющих: активное участие в семинарских и практических занятиях; посещение лекций; выполнение творческих заданий; ответ во время зачета.

По итогам промежуточной аттестации по дисциплине (модулю) выставляется оценка «зачтено», «не зачтено».

7.2 Шкала и критерии оценивания результатов обучения

По результатам работы в семестре, включая итоговое собеседование по всем темам курса, студенту выставляется оценка «зачтено» или «не зачтено».

Оценка **«зачтено»** выставляется в том случае, если обучающимся выполнены все виды учебной работы, предусмотренные рабочей программой дисциплины. Студент способен правильно интерпретировать социологическое знание и надлежащим образом применять эти знания на практике, свободно оперирует приобретенными умениями, применяет их в ситуациях повышенной сложности. Проявляет способности к сотрудничеству с представителями различных сегментов общества, умеет работать с

авторами и редакционной почтой (традиционной и электронной), умеет организовывать интерактивное общение с аудиторией, используя социальные сети и другие современные медийные средства. Студент владеет умениями обеспечивать общественный резонанс публикаций, не в состоянии принимать участие в проведении на базе СМИ социально значимых акций. При этом могут допускаться незначительные ошибки, неточности, затруднения при переносе умений на новые, нестандартные ситуации.

Оценка **«не зачтено»** выставляется в том случае, если обучающийся не умеет или в недостаточной степени умеет правильно интерпретировать социологическое знание и надлежащим образом применять эти знания на практике. Не способен к сотрудничеству с представителями различных сегментов общества, не умеет работать с авторами и редакционной почтой (традиционной и электронной), не умеет организовывать интерактивное общение с аудиторией, используя социальные сети и другие современные медийные средства. Студент не владеет умениями обеспечивать общественный резонанс публикаций, не в состоянии принимать участие в проведении на базе СМИ социально значимых акций.

7.3 Оценочные средства

7.3.1. Текущий контроль

Примерная тематика докладов и сообщений:

1.Измерение в социологии. Социальный факт.
2.Виды эмпирических исследований (разведывательные, описательные, аналитические, академические и прикладные)
3.Процедура эмпирического исследования. Этапы.
4.Выборка и репрезентативность данных
5.Методы социологии. Система методов сбора данных. Методы обработки данных.
6.Социологический опрос: виды. Требования к проведению. Количественный и качественный опрос. Интервью и анкетирование. «Качественные» интервью: метод фокус-групп, «глубинники».
7.Документ в социологии. Анализ документов. Контент-анализ
8.Наблюдение в социологии
9.Эксперимент в социологии. Тестирование
10. Редакционные исследования: круглые столы, пресс-опросы, контент-анализ. Интерактивные формы работы с читателем
11.Социологическая информация в работе редакции. Зоны применения социологии в журналистике. Социологическое мышление журналиста
12.Социологический факт на страницах СМИ: приемы подачи, анализ. Обязательный минимум сведений. Ошибки журналистов. Анализ 2-3 публикаций.
13.Социологические методы в работе журналиста. Социологическая грамотность
14.Жанровые формы социожурналистики: опросы, наблюдение, эксперимент
15.Сотрудничество редакций с социологическими центрами. Проведение исследований силами редакции: основная проблематика
16.Редакционные исследования читательской аудитории. Реальная, целевая и потенциальная аудитория. Предмет аудиторных исследований.
17. Потребление СМИ. Аудиторное поведение. Мотивы выбора. Потребности и интересы аудитории
18. Типологические группы аудитории. Методы изучения аудитории.

19. Медиаметрические исследования
20. Редакционные исследования общественного мнения

Примерная тематика контрольных работ

1. Коммуникация как процесс. Социальные коммуникации. Массовые коммуникации. Типы, виды.
2. СМИ как важнейшая часть массовых коммуникаций. Специфика данного вида коммуникации.
3. Социология СМИ (журналистики) - предметная область социологии : функции данной науки, методология, объект, методы, типы исследований.
4. Актуальная проблематика социологии журналистики, значение исследований для редакционной практики.
5. Объективные основания социальных функций СМИ как социального института.
6. Коммуникативная и социально-связующая роль СМИ. Функция социальной идентификации.
7. Информационная и социально-ориентирующая функции СМИ.
8. Функции социализации и ценностной ориентации.
9. Социально-креативная функция СМИ как канал социального участия (функция форума, согласования интересов, роль в социальном управлении).
10. Социально-организующие функции СМИ (формирования и обеспечения жизнедеятельности социальных общностей).
11. СМИ и общественное мнение.
12. СМИ и гражданское общество.
13. Аудитория СМИ: понятие, потребности, интересы, мотивы, модели информационного поведения.
14. Традиционные и новые формы участия аудитории в формировании контента СМИ.
15. Социальная структура общества и аудитории.
16. Средний класс как аудитория СМИ.
17. Социологические исследования аудитории СМИ в России и за рубежом.
18. Медиаметрия - область исследования аудитории СМИ: фирмы, выборки, методы, стандартизированные показатели.
19. Аудиторные рейтинги: методика измерения, значение для редакционной практики.
20. Организация углубленного аудиторного исследования: этапы, программа, выборка, методики.

7.3.2. Промежуточная аттестация

Примерные вопросы к зачету

1. Институт общественного мнения «КП» Б.А. Грушина: история
2. Деятельность Дж. Гэллапа
3. Деятельность Э. Ноэль-Нойман, ее работы
4. У. Липпман, его работа «Общественное мнение»
5. Социологическая лаборатория Ленинградского университета, руководимая В.А. Ядовым
6. Ю. Левада, его работы
7. «National Readership Survey» (NRS), общая характеристика
8. Фонд «Общественное мнение», общая характеристика
9. ВЦИОМ, общая характеристика

10. РОМИР, общая характеристика
11. Этапы проведения социологического исследования. Генеральная и выборочная совокупности, репрезентативность.
12. Опрос как метод получения данных в социологическом исследовании. Интервью и анкетирование. «Качественные» интервью: метод фокус-групп, «глубинники».
13. Изучение документов как метод социологии. Контент-анализ - количественный метод социологического исследования.
14. Наблюдение как метод получения данных в социологическом исследовании.
15. Эксперимент как метод получения данных в социологическом исследовании.
16. Тестирование в социологии.
17. Редакционные исследования: круглые столы, пресс-опросы, контент-анализ.
18. Интерактивные формы работы с читателем
19. Этапы становления СЖ в нашей стране
20. Социальные функции журналистики
21. Этапы проведения социологического исследования. Генеральная и выборочная совокупности, репрезентативность.
22. Опрос как метод получения данных в социологическом исследовании. Интервью и анкетирование. «Качественные» интервью: метод фокус-групп, «глубинники».
23. Изучение документов как метод социологии. Контент-анализ - количественный метод социологического исследования.
24. Наблюдение как метод получения данных в социологическом исследовании.
25. Эксперимент как метод получения данных в социологическом исследовании.
26. Тестирование в социологии.
27. Редакционные исследования: круглые столы, пресс-опросы, контент-анализ.
28. Интерактивные формы работы с читателем
29. Этапы становления СЖ в нашей стране
30. Социальные функции журналистики