

**АННОТАЦИЯ**  
**дисциплины (учебные курсы)**  
**Б1.Б.25 «Медиа социология»**

**1. Цель и задачи изучения дисциплины (учебного курса)**

Цель – формирование у студентов целостного систематизированного представления об основных направлениях, концепциях и характерных чертах современной медиа социологии и понимания возможностей использования социологических методов в работе журналиста и исследованиях по журналистике.

Задачи:

- 1) Сформировать представление об основах современной медиа социологии.
- 2) Дать представление о возможностях применения социологических технологий в журналистике и данных социологии при создании журналистских материалов, а так же в научных исследованиях по журналистике.

**2. Место дисциплины (учебного курса) в структуре ОПОП ВО**

Данная дисциплина (учебный курс) относится к базовой части блока Б1.

Дисциплины, учебные курсы, на освоении которых базируется данная дисциплина – «Введение в профессию», «Правовые основы и профессиональная этика», «Психология журналистики», и др.

Дисциплины, учебные курсы, для которых необходимы знания, умения, навыки, приобретаемые в результате изучения дисциплины – «Медиа образование», «Экономика и менеджмент СМИ», «Создание и продвижение Интернет-СМИ».

**3. Планируемые результаты обучения по дисциплине (учебного курса), соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы**

<b>Формируемые и контролируемые компетенции</b>	<b>Планируемые результаты обучения</b>
Способность использовать знания в области общегуманитарных социальных наук	Знать: современные социологические теории и методы
	Уметь: действовать социологически грамотно,

<p>(социология, психология, культурология и других) в контексте своей социальной и профессиональной деятельности (ОК-3)</p>	<p>характеризовать тот или иной тип общества, этапы в его развитии: параметры устойчивого и кризисного состояния общества</p> <p>Владеть: практическими и теоретическими навыками социальной диагностики в процессе общения с респондентами</p>
<p>Способность анализировать основные тенденции формирования социальной структуры современного общества, ориентироваться в различных сферах жизни общества, которые являются объектом освещения в СМИ (ОПК-6)</p>	<p>Знать: прямые и обратные процессы взаимодействия СМИ и аудитории природу социологических явлений, основные социологические процессы, их взаимосвязь и уровни анализа</p> <p>Уметь: применять современный инструментарий социологического анализа для анализа социальных явлений</p> <p>Владеть: навыками социологического анализа социальных явлений и процессов, опираясь на категориальный аппарат отдельных социологических подходов и теорий</p>
<p>Способность базироваться на современном представлении о роли аудитории в потреблении и производстве массовой информации, знать методы изучения аудитории, понимать социальный смысл общественного участия в функционировании СМИ, природу и роль общественного мнения, знать основные методы его изучения, использовать эффективные формы</p>	<p>Знать: законы массовой коммуникации как особого информационного пространства, в котором осуществляется профессиональная деятельность журналистов</p> <p>Уметь: использовать методический инструментарий журналиста за счет включения в него социологических методов</p> <p>Владеть: техникой применения социологических методов в процессе сбора информации, подготовки журналистского текста, установления контакта с аудиторией</p>

взаимодействия с ним (ОПК-9)	
---------------------------------	--

### Тематическое содержание дисциплины (учебного курса)

Раздел, модуль	Подраздел, тема
Модуль 1. Социологическая теория функционирования средств массовой информации.	Социология журналистики и потребности средств массовой информации. Журналистика и социология: первые опыты взаимодействия
	Предмет дисциплины и его рассмотрение на трех уровнях. Социология журналистики как особый раздел социологического знания и ее междисциплинарный характер
	Понятие о методе. Специальные социологические методы: сравнительно- исторический, структурно-функциональный, типологический
	Особенности организации исследований в области социологии журналистики.
	Этапы и процедуры исследований
	Социальные функции СМИ и их социологический анализ
	Виды и задачи социологических исследований
	Роль социологических методов и информации на различных этапах работы редакции и журналиста
Модуль 2. Аудитория средств массовой информации	Понятие целевой (базовой) потенциальной, реальной аудитории
	Субъективные и объективные характеристики аудитории: информационные потребности. Интересы, мотивы обращения к СМИ, запросы, ожидания, характеристики потребления массовой информации
	Количественные и качественные методы аудиторных исследований
	Медиаметрические исследования как направление социологии журналистики и информационного маркетинга
	Интервьюирование (очные, телефонные и электронные опросы), анкетирование, дневники. Фокус-группы, технические замеры аудитории
	Экспертный опрос и его применение для обоснования управленческих решений в редакционных коллективах.
Типы выборок (стандартизация показателей,	

	табличные и графические способы представления данных)
	Внешние и внутренние факторы эффективности журналистской деятельности. Социологическая обеспеченность журналистского производства как условие повышения его эффективности

**Общая трудоемкость дисциплины – 2 ЗЕТ.**