

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего
профессионального образования
Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова
филиал МГУ в г. Севастополе
Историко-филологический факультет
Кафедра журналистики



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)
Наименование дисциплины (модуля):

СОЦИОЛОГИЯ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ

код и наименование дисциплины (модуля)

Уровень высшего образования:
бакалавриат

Направление подготовки:
42.03.02 «Журналистика»

(код и название направления/специальности)

Направленность (профиль) ОПОП:
общий

(если дисциплина (модуль) относится к вариативной части программы)

Форма обучения:

очная

очная, очно-заочная

Рабочая программа рассмотрена
на заседании кафедры журналистики
протокол № 6 от «08» окт 2020г.
Заведующий кафедрой

(подпись)

(Г.Г. Щепилова)

Рабочая программа одобрена
Методическим советом
Филиала МГУ в г. Севастополе
Протокол № 6 от «10» окт 2020г.

(подпись)

(А.В. Мартынкин)

Севастополь, 2020

Рабочая программа дисциплины (модуля) разработана в соответствии с самостоятельно установленным МГУ образовательным стандартом (ОС МГУ) для реализуемых основных профессиональных образовательных программ высшего образования по направлению подготовки 42.03.02 «Журналистика» в редакции приказа МГУ от 30 декабря 2016 года №1676

Год (годы) приема на обучение 2017 год.

курсы – 3

семестры – 6

зачетных единиц - 2

академических часов - 32, в т.ч.:

лекций – 32 часа

семинаров – нет

Формы промежуточной аттестации – зачет в 6 семестре.

1. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП ВО.

Целью освоения дисциплины «Социология средств массовой информации» являются: ознакомление с проблематикой данной области социологии и основными ее понятиями; с социологическими подходами к функционированию СМИ, изучению и оценке практики их деятельности, с основными методами сбора и анализа информации, применяемыми в социологических исследованиях печати, телевидения, радио, интернет-СМИ, а также в работе специальных центров и служб (в том числе медиаметрических), в редакционной практике.

Задачами освоения дисциплины в соответствии с целями являются: ознакомление с объектом, предметом, проблематикой социологии журналистики;

- понимание специфики журналистики как особого типа социальной коммуникации;
- знание социальных функций и ресурсов СМИ;
- знание методов сбора информации в социологических эмпирических исследованиях журналистики и владение первичными навыками их применения;
- знание направлений эмпирических исследований СМИ, их видов, организации

Курс «Социология средств массовой информации» относится к базовой части ООП, общепрофессиональному разделу, блоку «Масс-медиа». Для ее изучения в качестве входных знаний необходимо понимание обучающимися принципов функционирования современного демократического общества, формирования его социальной структуры, типов социальных общностей как аудиторий СМИ (предшествующая дисциплина «Социология»), а также функций масс-медиа и принципов журналистской деятельности, связанных с взаимоотношениями СМИ и общества (курс «Теория журналистики»).

Знания, полученные в ходе изучения курса «Социология средств массовой информации», развиваются через систему спецкурсов по данной дисциплине, в курсе «Реклама и связи с общественностью», дисциплинах начальной профилизации (по типам СМИ и видам проблематики работы), закрепляются в процессе производственной практики.

2. Входные требования для освоения дисциплины (модуля), предварительные условия (если есть). Нет

3. Результаты обучения по дисциплине (модулю), соотнесенные с требуемыми компетенциями выпускников.

В результате изучения дисциплины студент должен:

Знать:

- предмет и возможности социологии журналистики, современные представления о социальной роли СМИ и их функциях;
- понимать значение социологического подхода при разработке концепции медиапроекта, формировании контента, подготовки журналистских материалов;
- ориентироваться в направлениях и видах эмпирических социологических исследований в этой области, в методах сбора социологической информации;

Уметь:

- определять направления поиска необходимой социологической информации о СМИ;
- находить источники, содержащие результаты актуальных исследований, и использовать их в практической работе;

Владеть:

- основными принципами и критериями оценки социологической информации о СМИ.

4. Формат обучения. Контактная форма обучения.

5. Объем дисциплины (модуля) составляет 2 з.е., в том числе 32 академических часов, отведенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (аудиторная нагрузка), 40 академических часов на самостоятельную работу обучающихся.

6. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и виды учебных занятий

6.1. Структура дисциплины (модуля) по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и виды учебных занятий

Наименование разделов и тем дисциплины (модуля), Форма промежуточной аттестации по дисциплине (модулю)	Номинальные трудозатраты обучающегося			Всего академических часов	Форма текущего контроля успеваемости (наименование)
	Контактная работа (работа во взаимодействии с преподавателем) Виды контактной работы, академические часы		Самостоятельная работа обучающегося, академические часы		
	Занятия лекционного типа*	Занятия семинарского типа*			
СМИ как социальный институт	6	-	6	12	Конспект, к/р
Структура СМИ	4	-	6	10	Конспект, к/р
Функции СМИ	4	-	4	8	Конспект, к/р
Социологическое видение общественного мнения	6	-	6	12	Конспект, к/р
Изучение СМИ социологическими методами	6	-	6	12	Конспект, к/р
Эмпирические методы исследования СМИ	6	-	6	12	Конспект, к/р
Промежуточная аттестация (зачет)			6	6	
Итого	32	-	40	72	

6.2. Содержание разделов (тем) дисциплины

№ п/п	Наименование разделов (тем) дисциплины	Содержание разделов (тем) дисциплин
1.	СМИ как социальный институт	Признаки и функции социальных институтов СМИ как элемент культуры. Объект и предмет изучения СМИ как социальной системы, коммуникации, социальные коммуникации, массовая коммуникация, средства массовой коммуникации, медиа, медиатизация, массмедиа, средства массовой информации (СМИ), медийная среда, медийное пространство, каналы коммуникации, журналистика, коммуникативистика, массовая информация.
2.	Структура СМИ	Объекты и субъекты. Цели и задачи СМИ. Становление системы СМИ Понятие системы, подсистемы. Принципы построения системы. Возможность расширения системы и образования новых элементов и подсистем в связи с усложнением производственно-экономических, социально-географических факторов и связей.
3	Функции СМИ	Общественные функции. Индивидуальные функции. Негативные функции. 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.

4	Социологическое видение общественного мнения	Понятие общественного мнения. Общественное мнение как социальный институт. СМИ в формировании ОМ. Аудитория как участник информационного обмена. Участие в информационном обмене как сфера социального участия. Доступность информационного участия. Общественность (публика) как участник информационного обмена. Роль СМИ в функционировании общественного мнения в современном обществе (функции информирования, выражения, формирования). Формы работы с общественным мнением, использование интерактивных возможностей новых информационных технологий.
5	Изучение СМИ социологическими методами	Метод исследования СМИ. Объекты и предметы исследования. Понятие выборки. Основные области эмпирических исследований: синдицированные/индустриальные, заказные, редакционные. Основные показатели, применяемые в рейтинговых исследованиях. Специфика количественных и качественных исследований СМИ. Возможности прессового опроса. Разновидности метода в Интернете. Различия между социологическим массовым опросом и журналистским интервью. Количественные и качественные методы. Принципы и методы составления выборки
6	Эмпирические методы исследования СМИ	Опрос общественного мнения. Метод наблюдения. Контент—анализ. Понятие выборки социологического исследования. Составление программы социологического исследования. Типология опроса общественного мнения. Методы и инструменты социологического исследования общественного мнения. Контент-анализ как метод исследования. Разработка плана, выборки и кодификатора контент-анализа. Методы неформализованного анализа медиа текстов.

7. Фонд оценочных средств (ФОС) для оценивания результатов обучения по дисциплине (модулю)

7.1. Типовые контрольные задания или иные материалы для проведения текущего контроля успеваемости.

Рефераты:

1. Взаимодействие журналистики и социологии.
2. Социальные функции СМИ: предназначение и реальное исполнение (на примере российских и зарубежных каналов).
3. Использование интерактивных возможностей интернет-СМИ в процессе выражения общественного мнения.
4. Сравнительный анализ использования опции форума в интернет-СМИ и ресурсах иного типа.
5. Реализация социально-креативной функции российскими СМИ.
6. Социальная опасность информационных дисфункций.
7. Ценностно-ориентирующая функция и современная пропагандистская практика.
8. Выполнение функции форума современными СМИ.
9. Социология средств массовой информации
10. Взаимосвязь функций психического и ценностного регулирования.
11. Основные западные и отечественные концепции взаимоотношений СМИ и аудитории.
12. Роль общенациональных СМИ в разрешении противоречий между тенденцией глобализации и необходимостью сохранения национальной идентичности.
13. Специфика СМИ среди других каналов выявления и выражения общественного мнения. Социальное представительство в контенте СМИ.
14. Понятие и способы изучения.
15. Формы участия аудитории в производстве контента: традиционные и новые медиа.
16. Использование возможностей интернет-ресурсов традиционных СМИ для расширения участия аудитории в коммуникации.
17. Основные направления эмпирических исследований в социологии СМИ.
18. Методы социологического изучения аудитории СМИ.

19. Социологические исследования аудитории в дореволюционной, советской и постсоветской России.
20. Основные области эмпирических исследований: синдицированные/индустриальные, заказные, редакционные.
21. Основные показатели, применяемые в рейтинговых исследованиях.
22. Специфика количественных и качественных исследований СМИ.
23. Возможности прессового опроса. Разновидности метода в Интернете.
24. Различия между социологическим массовым опросом и журналистским интервью.
25. Российские журналисты: особенности профессионального сознания (на материалах социологических исследований).
26. Социология средств массовой информации.
27. Применение социологических исследований и данных в менеджменте и маркетинге СМИ.
28. Использование социологических данных при проектировании новых каналов СМИ.
29. Тенденции в поведении российской аудитории СМИ (конец XIX – начало XX вв.; по материалам социологических исследований).
30. Общение журналистов и аудитории по каналам Интернета.
31. Социальные эффекты деятельности СМИ.
32. Виды эффектов и уровни их проявления.
33. Медиаметрия как область коммерческих исследований.
34. Основные методы получения информации.
35. Социологические исследования силами редакции: задачи и методы.
36. Репрезентативность социологических данных.
37. Виды выборки в исследованиях СМИ.
38. Общественное мнение о СМИ (анализ данных, опубликованных в социологической периодике).
39. Исследования отношения аудитории к СМИ.
40. Применение метода контент-анализа к исследованию блогеров.
41. Проект прессовой анкеты для конкретного издания.
42. Проект анкеты для электронного ресурса СМИ.
43. Кто и зачем обращается в газету (контент-анализ почты редакции).
44. Формы выражения общественного мнения в печатной периодике (контент-анализ конкретных изданий).
45. Формы выражения общественного мнения в передачах радио и телевидения (контент-анализ конкретных каналов).
46. Контент-анализ тематики и авторского состава общероссийского или местного издания (за 1 месяц).
47. Контент-анализ материалов местной газеты (за 1 месяц).
48. Роль студийной аудитории в телевизионном ток-шоу (контент-анализ на примере цикловых передач).
49. Общество, власть и бизнес на страницах издания (контент-анализ).
50. Виды аргументов в журналистских материалах (контент-анализ).
51. Контакты власти и общества через СМИ (контент-анализ публикаций и передач).
52. Проект кодификатора для анализа текстов интерактивных ресурсов в Интернете.
53. Контент-анализ участия специалистов (экспертов) в массовых и качественных СМИ.
54. Прямое и косвенное выражение общественного мнения в журналистике (контент-анализ на материалах конкретного издания или канала).

По результатам исследования готовится письменный отчет, для его презентации готовятся визуальные материалы и доклад. Защита проводится на занятии.

Рейтинг-план дисциплины.

Трудоемкость учебной дисциплины: 2 кредита, 100 баллов.

Переход от баллов к официальной системе оценки знаний студентов осуществляется в соответствии со следующей нормативной шкалой (Положение о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости студентов экономического факультета МГУ имени М.В.Ломоносова).

\sum баллов \Rightarrow 85%	- «5»
65% \leq \sum баллов < 85%	- «4»
40% \leq \sum баллов < 65%	- «3», зачет
20% \leq \sum баллов < 40%	- «2»
\sum баллов < 20%	- «1»

Трудоемкость текущей успеваемости составляет – 60-70 % (бакалавриат). Трудоемкость контрольной, зачетной работы составляет – 30-40 % (бакалавриат).

Таблица баллов по видам деятельности.

<i>Виды деятельности</i>	<i>Максимальное число баллов</i>
Посещение лекций	10
Контрольная работа 1 по теме № 2	20
Контрольная работа 2 по теме № 4	20
Контрольная работа 3 по теме № 7	20
<i>Опросы, работа на семинарах</i>	20
<i>Итого текущая успеваемость</i>	90
<i>Зачет</i>	10
ИТОГО	100

Тематика докладов выбирается из предложенных тем студентом самостоятельно.

Задание 1.

Систематизировать по типам СМИ того региона Крыма, в котором вы проживаете или любого по выбору. Как это сделать

1. Сосчитать все телевизионные каналы, газеты, журналы, радиоканалы, например Симферополя, Ялты и др.
2. Объединить медиа по признакам
 - Форма собственности
 - Направленность: реклама, информационное, развлекательное, смешанное
 - Тираж, охват, целевая аудитория, портрет потребителя

Задание 2

Провести контент-анализ содержания регионального печатного издания за последний месяц. Составить программу исследования с таблицей кодификатором.

Задание 3

Провести самостоятельное социологическое исследование общественного мнения по общественно значимой проблеме. Опрос с помощью анкеты, количество респондентов не менее 30. Анкеты предоставить. Составить полную программу и аналитический отчет о полученных результатах.

Методические рекомендации по выполнению заданий

За время освоения курса «Социология СМИ» студенту предлагается самостоятельно выполнить исследовательский проект по тематике, предложенной преподавателем или выбранной самостоятельно и согласованному с преподавателем. Целью данной работы является получение студентами навыков подготовки и проведения самостоятельных социологических исследований, а также подготовки отчета и публичной презентации полученных результатов.

Проект должен включать теоретическую и эмпирическую часть и выявлять позиции общественного мнения по какому-либо явлению, а также формализованный анализ материалов

СМИ по данной проблеме. Например, в качестве предмета исследования студент избирает внешнеполитические проблемы (какой-то одной, конкретной) современной России. Студенты могут выбрать для исследования проблемы журналистов и журналистского сообщества, аудиторный фактор, каналы средств массовой информации, а также медиаконтент.

Первым этапом будет теоретико-методологический анализ феномена внешней политики и формирование общей концепции современного состояния внешней политики России и места в ней интересующей проблемы. Второй этап – прикладной и его задача – выявить эмпирическим путем место данного явления в общественном мнении и представленность его в материалах прессы.

В качестве методов исследований студенту рекомендуется использовать опрос, наблюдение, эксперимент. Для анализа прессы используется метод контент-анализа.

По результатам реализации проекта студенты готовят письменный отчет (объем до 15 страниц), включающий методологические и аналитические положения проекта. По результатам проекта студенты готовят презентацию для публичной защиты проекта.

Тесты по анализу знаний по дисциплине «Социология СМИ»

1. Что является предметом изучения науки «Социология СМИ»?

1. Журналистика как экономическая система
2. Законы и закономерности возникновения, функционирования и развития журналистики
3. Психологические аспекты воздействия СМИ
4. Средства массового воздействия как социокультурный феномен
5. Содержание журналистских текстов

2. В чем отличие социологии и журналистики?

1. обществоведческая сфера изучения
2. принципиальные установки
3. объекты исследования и отражения
4. обезличенность анализируемой информации
5. методы изучения социальной действительности

3. Что из приведенного не является задачей изучения социологии журналистики?

1. изучение специфики журналистики как социального института общества;
2. исследование взаимоотношений и взаимодействий журналистики с другими социальными институтами общества;
3. изучение основных компонентов журналистики как социального института;
4. изучение экономической эффективности рекламы в СМИ
5. определение путей повышения эффективности журналистики и оптимизации социального содержания журналистской практики;

4. Какими социологическими методами исследуют тексты СМИ?

1. наблюдение
2. Контент анализ
3. Опросы общественного мнения
4. Экспертные опросы
5. Эксперименты

5. С помощью какого социологического метода изучается общественное мнение?

1. Контент анализ
2. Массовые опросы
3. Наблюдение
4. Экспериментальные методы
5. Экспертные опросы

6. Какой вопрос интересует социолога при изучении целевой аудитории?

1. Экономические характеристики населения
2. Психологические характеристики индивида
3. Структура аудитории СМИ
4. Гендерный состав населения
5. Демографические характеристики населения

7. Какая часть аудитории является потенциальной для какого-либо СМИ?

1. Та, которая является потребителем данного СМИ
2. Та, которая может стать потребителем данного СМИ
3. Та, которая не является потребителем данного СМИ

4. Та, на которую ориентировано данное СМИ

5. Та, которая не является потребителем СМИ

8. От каких показателей зависит выбор аудитории СМИ

1. От стоимости издания
2. От доступности издания
3. От интереса аудитории к тематике издания
4. От социальных характеристик потребителя
5. От формата издания

9. От каких характеристик зависит аудитория регионального СМИ?

1. От степени доступности СМИ
2. От актуальности СМИ для региона
3. От тиража издания СМИ
4. От конкретного потребителя СМИ
5. От гендерных характеристик местного сообщества

10. Элементом какой социальной системы является журналистика?

1. Системы массовой коммуникации
2. Системы средств массовой информации
3. Системы массового общества
4. Системы средств массового воздействия
5. Системы социальных коммуникаций

11. Какие элементы входят в систему журналистики

1. Массовые коммуникации
2. Массовое общество
3. Технические средства массовой коммуникации
4. Журналисты и редакции СМИ
5. Система коммуникаций

12. Что представляет собой эмпирическое социологическое исследование

1. Процесс выявления закономерностей развития СМИ
2. Теоретико-методологический анализ специфики журналистики
3. Составление плана исследования СМИ
4. Метод получения первичной социологической информации
5. Анализ экономико-правовых показателей

13. Что представляет собой выборка социологического исследования

1. Генеральная совокупность населения
2. Часть генеральной совокупности, отражающая ее свойства
3. Социальная группа
4. Целевая аудитория
5. Население региона, включенного в исследования

14. Что является инструментарием массового опроса аудитории?

1. Наблюдение
2. Метод
3. Анкета
4. Экспертиза
5. Контент-анализ

15. Какие правила составления выборки социологического исследования

1. Опрашивают 100% населения
2. Опрашивают половину населения
3. Опрашивают 1% населения
4. Численность выборки зависит от общего числа совокупности
5. Выборка зависит от возможностей исследования

7.2. Типовые контрольные задания или иные материалы для проведения промежуточной аттестации.

Система итогового контроля знаний — зачет. Вопросы для подготовки к зачету:

1. Социология и журналистики как смежные способы познания общества.

2. Социология средств массовой информации как научная дисциплина: структура, методы, функции.
3. Подходы к анализу средств массовой информации как социального феномена.
4. Функции СМИ. Общественные функции СМИ. Индивидуальные функции СМИ. Дисфункции СМИ.
5. Институциональные признаки СМИ: ретроспективный подход.
6. Место средств массовой коммуникации в общественной системе.
7. Элементы системы СМИ.
8. Концепции массовой коммуникации
9. Аудитория СМИ. Типы аудиторий СМИ.
10. Общественное мнение как объект воздействия СМИ
11. Общественное мнение как социальный институт.
12. Факторы формирования общественного мнения.
13. Роль СМИ в формировании общественного мнения.
14. Эффекты СМИ в формировании общественного мнения.
15. Теории медиавоздействия.
16. Методы социологического исследования массовой коммуникации
17. Медиаметрические исследования аудитории.
18. Количественные и качественные методы.
19. Понятие выборки социологического исследования.
20. Составление программы социологического исследования.
21. Типология опроса общественного мнения.
22. Методы и инструменты социологического исследования общественного мнения.
23. Контент-анализ как метод исследования.
24. Разработка плана, выборки и кодификатора контент-анализа.
25. Методы неформализованного анализа медиа текстов.

ШКАЛА И КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ результатов обучения (РО) по дисциплине (модулю)				
Оценка РО и соответствующие виды оценочных средств	Не зачтено	Зачтено		
Знания (виды оценочных средств: устные и письменные опросы и контрольные работы, тесты, и т.п.)	Отсутствие знаний	Фрагментарные знания	Общие, но не структурированные знания	Сформированные систематические знания
Умения (виды оценочных средств: практические контрольные задания, написание и защита рефератов на заданную тему и т.п.)	Отсутствие умений	В целом успешное, но не систематическое умение	В целом успешное, но содержащее отдельные пробелы умение (допускает неточности непринципиального характера)	Успешное и систематическое умение
Навыки (владения, опыт деятельности) (виды оценочных средств: выполнение и защита курсовой работы, отчет по практике, отчет по НИР и т.п.)	Отсутствие навыков (владений, опыта)	Наличие отдельных навыков (наличие фрагментарного опыта)	В целом, сформированные навыки (владения), но используемые не в активной форме	Сформированные навыки (владения), применяемые при решении задач

8. Ресурсное обеспечение:

- Перечень основной и дополнительной литературы (учебники и учебно-методические пособия):

Основная литература

1. Фомичева И.Д. Социология СМИ [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Фомичева И.Д.— Электрон. текстовые данные.— М.: Аспект Пресс, 2012.— 360 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/8858.html>.— ЭБС «IPRbooks»
2. Полуэхтова И.А. Социология массовой коммуникации. Часть 1 [Электронный ресурс]: курс лекций/ Полуэхтова И.А.— Электрон. текстовые данные.— М.: Московский гуманитарный университет, 2012.— 96 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/14530.html>.— ЭБС «IPRbooks»
3. Сидоров В.А. 10 Рассуждений о социологии журналистики [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Сидоров В.А.— Электрон. текстовые данные.— СПб.: Петрополис, 2012.— 312 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/27042.html>.— ЭБС «IPRbooks»
4. Добреньков В.И. Современная социология. Теоретико-методологические основания и перспективы [Электронный ресурс]/ Добреньков В.И., Кравченко А.И.— Электрон. текстовые данные.— М.: Академический Проект, 2014.— 712 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/36564.html>.— ЭБС «IPRbooks»
5. Дятлов А.В. Анализ данных в социологии [Электронный ресурс]: учебник/ Дятлов А.В., Гугуева Д.А.— Электрон. текстовые данные.— Ростов-на-Дону, Таганрог: Издательство Южного федерального университета, 2018.— 226 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/87698.html>.— ЭБС «IPRbooks»

Дополнительная литература

1. Ионин Л.Г. Социология культуры : учебник для бакалавриата и магистратуры / Л.Г. Ионин. – 5-е изд., испр. и доп. - М. : Издательство Юрайт, 2019. – 333 с. – (Бакалавр. Академический курс) (5 экз.)
2. Лапин Н.И. Общая социология : учебник для бакалавриата и специалитета / Н.И. Лапин. - М. : Издательство Юрайт, 2019. - 367 с. - (Бакалавр и специалитет) (10 экз.)
3. Федотова Л.Н. Социология массовых коммуникаций. Теория и практика : учебник для бакалавров / Л.Н. Федотова. – 5-е изд., перераб. и доп. - М. : Издательство Юрайт, 2017. – 603 с. – (Бакалавр. Базовый курс) (2 экз.)
4. Яскевич А.С. Философия и методология социальных наук. Проблемы социальной коммуникации : учеб. пособие для вузов / А.С Яскевич. – 2-е изд., перераб. и доп. - М. : Издательство Юрайт, 2019. – 246 с. – (Авторский учебный курс) (3 экз.)
5. Свитич Л. Г. Социология журналистики. – М., 2012. (3 экз.)
6. Фомичева И. Д. Социология СМИ: учеб. пособие. – М., 2012. (2 экз.)
7. Ахмадулин Е. Краткий курс теории журналистики. М.-Р-н-Д. 2006 (2 экз.)
8. Бакулев Г. Массовая коммуникация. Западные теории и концепции. М. 2005 (4 экз.)
9. Добреньков В. И., Кравченко А. И. Социология: Учебник/ В.И. Добреньков, А.И. Кравченко. - М.: ИНФРА-М, 2004. (15 экз.)
10. Засурский И.И. Масс-медиа второй республики. М., 1999. (6 экз.)
11. Прохоров Е.П. Введение в теорию журналистики. М., 2000. (30 экз.)
12. Прохоров Е.П. Журналистика и демократия. М., 2001. (3 экз.)
13. Радиожурналистика. Под ред. А. Шереля. М. 2002 (1 экз.)
14. Система средств массовой информации России: Учебное пособие/ Под ред. Я.Н. Засурского. М., 2001. (2 экз.)
15. Корконосенко С. Социология журналистики. М. 2004. (6 экз.)
16. Федотова Т. Социология массовой коммуникации. СПб. 2005 (2 экз.)
17. Ядов В. А. Стратегия социологического исследования. М., 2001 (3 экз.)

- **Перечень лицензионного программного обеспечения:** не требуется.

- **Перечень профессиональных баз данных и информационных справочных систем:**

ЭБС «IPRbooks»	Электронно-библиотечная система.	Доступ по IP-адресам филиала МГУ в Севастополе. www.iprbookshop.ru
-------------------	----------------------------------	---

- **Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:** не требуется.

- **Описание материально-технического обеспечения.**

Рекомендуются инновационные компьютерные технологии, основанные на операционных системах Windows, Linux, Open Source, а также интернет-ресурсы (сайты образовательных учреждений, ведомств, журналов, информационно-справочные системы, электронные учебники).

При проведении занятий в аудитории используется интерактивное оборудование (компьютер, мультимедийный проектор, интерактивный экран), что позволяет значительно активизировать процесс обучения. Это обеспечивается следующими предоставляемыми возможностями: отображением содержимого рабочего стола операционной системы компьютера на активном экране, имеющем размеры классной доски, имеющимися средствами мультимедиа; средствами дистанционного управления компьютером с помощью электронного карандаша и планшета.

9. Соответствие результатов обучения по данному элементу ОПОП результатам освоения ОПОП указано в общей характеристике ОПОП.

10. Язык преподавания. Русский

11. Преподаватель.

Кандидат социологических наук, доцент кафедры журналистики Черепанова Татьяна Владимировна.

12. Автор (авторы) программы.

Кандидат социологических наук, доцент кафедры журналистики Черепанова Татьяна Владимировна.