

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Андрей Драгомирович Хлутков
Должность: директор
Дата подписания: 31.01.2023 15:52:36
Уникальный программный ключ:
880f7c07c583b07b775f6604a630281b13ca9fd2

**Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА
И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ
ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»**

СЕВЕРО-ЗАПАДНЫЙ ИНСТИТУТ УПРАВЛЕНИЯ – ФИЛИАЛ РАНХиГС

Кафедра журналистики и медиакоммуникаций

УТВЕРЖДЕНА
решением методической комиссии по
направлению подготовки 42.03.02
«Журналистика»
СЗИУ РАНХиГС
Протокол от «17» июня 2020 г. № 3
с изм. от 10.06.2021(протокол № 3)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.О.08 Социология журналистики

(индекс и наименование дисциплины (модуля), в соответствии с учебным планом)

Краткое наименование не используется

краткое наименование дисциплины (модуля)

по направлению подготовки

42.03.02 «Журналистика»

(код и наименование направления подготовки (специальности))

Телерадиожурналистика

направленность(и) (профиль (и)/специализация(и))

бакалавр

квалификация выпускника

очная

форма(ы) обучения

Год набора – 2021

Санкт-Петербург, 2021 г.

Автор–составитель:

кандидат социологических наук, директор программ Факультета журналистики ИГСУ
РАНХиГС Сулименкова М.Я.

Заведующий кафедрой:

Заведующий кафедрой журналистики и медиакоммуникаций, профессор Ким М.Н.

СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения программы	4
2. Объем и место дисциплины в структуре ОП ВО.....	5
3. Содержание и структура дисциплины	5
4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине	7
5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины	23
6. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", включая перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине	25
6.1. Основная литература	25
6.2. Дополнительная литература	25
6.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы	26
6.4. Нормативные правовые документы	Ошибка! Закладка не определена.
6.5. Интернет-ресурсы	26
6.6. Иные источники	27
7. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы	27

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине , соотнесенных с планируемыми результатами освоения программы

1.1 Дисциплина Б1.О.08 Социология журналистики обеспечивает овладение следующими компетенциями:

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
ОПК-5	Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиа-коммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	ОПК-5.4	Способен применять правовые нормы, регулирующие функционирование СМИ и журналистской деятельности при анализе тенденций развития медиакоммуникационных систем
ОПК-7	СПОСОБЕН УЧИТЫВАТЬ ЭФФЕКТЫ И ПОСЛЕДСТВИЯ СВОЕЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, СЛЕДУЯ ПРИНЦИПАМ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ	ОПК-7.3	Способен понимать правовые последствия информационного влияния и социальную ответственность журналиста при подготовке медийных продуктов и реализации медийных проектов.

1.2 В результате освоения дисциплины у студентов должны быть сформированы:

ОТФ/ТФ (при наличии профстандарта или по результатам форсайт-сессии)	Код этапа освоения компетенции	Результаты обучения
	ОПК-5.4	<p>на уровне знаний: продемонстрировать знание сущности журналистской профессии как социальной, информационной, творческой</p> <p>на уровне умений: продемонстрировать умение определять и обосновывать социальные результаты и эффекты реализации медиапроектов, оценить последствия медиавлияния на целевую аудиторию, общественное сознание</p>

		на уровне навыков: адекватно выбирать методы при разработке медиапроектов и подготовке медиапродуктов, обладающих высокой социальной значимостью
	ОПК-7.3	о правах и свободах человека и гражданина в РФ; о механизмах защиты прав и свобод человека в РФ; взаимодействовать с государственными инстанциями и субъектами негосударственной сферы деятельности в решении вопросов, требующих юридической проработки; применять правовые знания и административные механизмы в ситуациях повседневной профессиональной деятельности, в условиях повышения уровня социальной напряженности, в нестандартных и чрезвычайных ситуациях; работы с дополняющими законодательство материалами, содержащими официальное толкование законов и подзаконных нормативных актов;

2. Объем и место дисциплины в структуре ОП ВО

Объем дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины Б1.О.08 Социология журналистики составляет 2 зачетные единицы, 72 часа. Количество академических часов, выделенных на контактную работу с преподавателем составляет 32 часа: лекции – 16 часов, практические занятия – 16 часов. Самостоятельная работа составляет 40 часов.

Место дисциплины в структуре ОП ВО

Дисциплина Б1.О.08 Социология журналистики предусмотрена на 2 курсе, в 4 семестре и входит в обязательную часть Блока 1 «Дисциплины (модули)» ОП ВО.

Основой для изучения дисциплины Б1.О.08 Социология журналистики в содержательном плане выступают Б1.О.07 Социология (3 семестр), Б1.О.09 Правоведение (3 семестр), Б1.О.33 Теория и практика массовой информации и коммуникации (1 семестр).

Форма промежуточной аттестации в соответствии с учебным планом – зачет (4 семестр).

Доступ к системе дистанционных образовательных технологий осуществляется каждым обучающимся самостоятельно с любого устройства на портале: lms.raopera.ru. Пароль и логин к личному кабинету / профилю предоставляется студенту в деканате.

Все формы текущего контроля, проводимые в системе дистанционного обучения, оцениваются в системе дистанционного обучения. Доступ к видео и материалам лекций предоставляется в течение всего семестра. Доступ к каждому виду работ и количество попыток на выполнение задания предоставляется на ограниченное время согласно регламенту дисциплины, опубликованному в СДО. Преподаватель оценивает выполненные обучающимся работы не позднее 10 рабочих дней после окончания срока выполнения.

3. Содержание и структура дисциплины

3.1. Учебно-тематический план

Таблица 1.

№ п/п	Наименование тем	Объем дисциплины , час.	Форма текущего
-------	------------------	-------------------------	----------------

	(разделов),	Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий				СР	контроля успеваемости**, промежуточной аттестации***
			Л	ЛР	ПЗ/	КСР		
Очная форма обучения								
Тема 1	Журналистика и социология в методологии научного познания социальной реальности	9	2		2		5	О, Т
Тема 2	Объект, предмет, функции социологии журналистики	9	2		2		5	О, Т
Тема 3	Возникновение и развитие социологии журналистики	9	2		2		5	О, Т
Тема 4	Социология журналистики и общественное мнение в социологии	9	2		2		5	О, Т
Тема 5	Аудитория как объект социологических исследований	9	2		2		5	О, Т
Тема 6	Особенности применения метода контент-анализа в социологии журналистики	9	2		2		5	О, Т
Тема 7	Особенности рейтинговых измерений в социологии журналистики	18	4		4		10	О, Т
Промежуточная аттестация		3						
Всего:		72	16		16		40	

Примечание:

** – формы текущего контроля успеваемости: опрос (О), тестирование (Т), кейс (К), доклад (Д)).

*** - формы промежуточной аттестации: зачет (З).

Содержание дисциплины

Тема 1. Журналистика и социология в методологии научного познания социальной реальности

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

Тема 2. Объект, предмет, функции социологии журналистики

Социология журналистики и массовые коммуникация и информация, а также их средства. Социология журналистики и социолингвистика. Социология журналистики и социология публицистики. Социология журналистики и социожурналистика. Объект, предмет, задачи

и функции социологии журналистики.

Тема 3. Возникновение и развитие социологии журналистики

Возникновение социологии журналистики как специальной социологической теории. Развитие теории и эмпирических исследований в рамках социологии журналистики в США и Западной Европе. Становление социологии журналистики в России и СССР.

Тема 4. Социология журналистики и общественное мнение в социологии

Общественное мнение как социальный институт. Функции и структура общественного мнения. СМИ и манипулирование общественным мнением. Эмпирическое изучение общественного мнения.

Объект, предмет, задачи и функции социологии журналистики.

Тема 5. Аудитория как объект социологических исследований

Теоретические, естественнонаучные, исторические предпосылки развития социологических исследований аудитории. Развитие социологических исследований аудитории СМИ. Понятие аудитории в социологии журналистики.

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

Техника и процедуры контент-аналитического исследования средств массовой информации. Этапы контент-анализа СМИ и их содержание. Практические особенности инструментария контент-анализа газетных СМИ, описания и анализа результатов

Тема 7. Особенности рейтинговых измерений в социологии журналистики

Понятие рейтинга и рейтингового замера в социологии. Основные типы и методики рейтинговых замеров. Рейтинговые измерения аудитории средств массовой информации.

4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине

4.1. Формы и методы текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации.

4.1.1. В ходе реализации дисциплины Б1.О.08 Социология журналистики используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

Тема (раздел)		Методы текущего контроля успеваемости
Тема 1	Журналистика и социология в методологии научного познания социальной реальности	Опрос, тест,
Тема 2	Объект, предмет, функции социологии журналистики	Опрос, тест,
Тема 3	Возникновение и развитие социологии журналистики	Опрос, тест,
Тема 4	Социология журналистики и общественное мнение в социологии	Опрос, тест,
Тема 5	Аудитория как объект социологических исследований	Опрос, тест,
Тема 6	Особенности применения метода контент-анализа в социологии журналистики	Опрос, тест,
Тема 7	Особенности рейтинговых измерений в социологии журналистики	Опрос, тест,

В случае реализации дисциплины в ДОТ формат заданий адаптирован для платформы Moodle.

4.1.2. Промежуточная аттестация проводится в форме: Зачет в форме устного опроса по вопросам, задание.

В случае проведения промежуточной аттестации в дистанционном режиме используется платформа Moodle и Teams.

4.2. Материалы текущего контроля успеваемости.

Преподаватель оценивает уровень подготовленности обучающихся к занятию по следующим показателям:

- устные ответы на вопросы преподавателя по теме занятия,
- выступление с докладами,
- участие в обсуждении докладов,
- количество правильных ответов при тестировании,
- решение кейсов.

Критерии оценивания доклада:

- степень усвоения понятий и категорий по теме;
- умение работать с документальными и литературными источниками;
- грамотность изложения материала;
- самостоятельность работы, наличие собственной обоснованной позиции.

Оценка знаний, умений, навыков проводится на основе балльно-рейтинговой системы 70% из 100% (70 баллов из 100) - вклад по результатам посещаемости занятий, активности на занятиях, выступления с докладами, участия в обсуждениях докладов других обучающихся, ответов на вопросы преподавателя в ходе занятия, по результатам прохождения тестирования.

Вопросы для подготовки к опросам, тематика докладов:

Тема 1. Журналистика и социология в методологии научного познания социальной реальности

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

Темы докладов:

1. Предпосылки становления журналистики как социального института.

К началу XIX века журналистика превращается в сложную социально-экономическую и политическую систему, которая начинает изучаться: как социальный институт; как совокупность социальных знаний; как совокупность средств и приемов массовой информации; как профессиональная деятельность; как элемент политической системы.

Журналистика базируется на разведывательной стратегии изучения социальной реальности и в этом смысле может рассматриваться как «разведывательная» социология.

Журналистика как социальный институт основывается на потребности общества в систематизированной информации, выступающей как определенного рода знание.

Журналистика как социальный институт – своеобразная форма человеческой деятельности, основанной на четко разработанной мировоззренческой парадигме, системе правил и норм, а также развитом социальном контроле за их исполнением.

Социология журналистики как специальная социологическая теория обобщает и структурирует эмпирические данные в границах своей специфической сферы социологических знаний, используя понятийно-категориальный и терминологический аппарат фундаментальных социологических теорий.

Общее и особенное социологии и журналистики, их взаимоотношений и взаимодействия может рассматриваться только с позиции их места и роли в методологии научного познания социальной реальности.

Тема 2. Объект, предмет, функции социологии журналистики

1. Социология журналистики и массовые коммуникация и информация, а также их средства.
2. Социология журналистики и социоллингвистика.
3. Социология журналистики и социология публицистики.
4. Социология журналистики и социожурналистика.
5. Объект, предмет, задачи и функции социологии журналистики.

Темы докладов:

1. Развитие социологии массовой коммуникации.

Социология массовой коммуникации – это специальная социологическая теория, изучающая процессы функционирования и развития средств массовой коммуникации всех типов и форм, их социальную обусловленность и социальные последствия их действия в обществе. В период своего введения в научный оборот понятия «социология массовых коммуникаций» и «социология пропаганды» имели ясно выраженную идеологическую доминанту. Термины «массовая информация» и «средства массовой информации» в настоящее время имеют не столько методологические, сколько социально-правовые характеристики.

Существует три подхода к определению предметно-объектной области социоллингвистики: лингвистический, журналистский и социологический. Социоллингвистический подход в социологии журналистики – это анализ языка СМИ с учетом их концептуальной позиции в гражданском обществе, а также социальных, психологических, языковых особенностей аудиторий СМИ, на которые они ориентированы здесь и сейчас.

Социологическая журналистика может рассматриваться как специфическая форма отражения социальной реальности, связанная, прежде всего с осуществлением управленческой функции, как социологии, так и социологии журналистики в конкретных социально-политических условиях. В журналистской практике социологическая журналистика реализуется через социальную аналитику и социальную публицистику, а в социологии журналистики она реализуется в виде социального предвидения, социального прогноза, социального проекта.

Объектом социологии журналистики является журналистика, рассматриваемая как социальный институт гражданского общества. Объект социологии журналистики подвержен изменениям и развитию.

Предметом социологии журналистики является изучение законов и закономерностей возникновения, функционирования и развития журналистики как организованной системы связей и социальных норм, как социального института, удовлетворяющего социальную потребность общества в информации, рассматриваемой, прежде всего как знание.

Тема 3. Возникновение и развитие социологии журналистики

1. Возникновение социологии журналистики как специальной социологической теории.
2. Развитие теории и эмпирических исследований в рамках социологии журналистики в США и Западной Европе.
3. Становление социологии журналистики в России и СССР.

Темы докладов:

1. Эпоха Просвещения – начало формирования социологии журналистики.

Реальное возникновение социологии журналистики приходится на XIX век, то есть оно обусловлено развитием теоретической социологии, прежде всего в Западной Европе. Это – объективный фактор. Но существенную роль, образно говоря, в пробуждении интереса социологии к журналистике сыграл и субъективный фактор: большинство крупных социологов-теоретиков XIX века одновременно были редакторами и издателями научных журналов, или активно занимались журналистской практикой.

Исходной точкой для начала эмпирических социологических исследований различных элементов и связей журналистики как социального института является появление массовых газет, формирование реального рынка периодических изданий, использование новых технических средств распространения информации на массовую аудиторию, резкое увеличение объема рекламы в СМИ.

Во второй половине XX века в социологии журналистики стала проявляться ранее не существовавшая тенденция – в своем развитии социология журналистики не только стала все больше использовать различные положения теоретической социологии, а также методики, процедуры, технику исследований, применяемые в других теориях среднего уровня, но и сама начинает обогащать методологию и категориальный аппарат фундаментальной социологии, методы эмпирической социологии.

Тема 4. Социология журналистики и общественное мнение в социологии

1. Общественное мнение как социальный институт.
2. Функции и структура общественного мнения.
3. СМИ и манипулирование общественным мнением.
4. Эмпирическое изучение общественного мнения.

Темы докладов:

1. Подходы в исследовании общественного мнения.

В отношении исследования общественного мнения в современной социологии сложились два взаимоисключающих подхода. Первый, который поддерживает большинство социологов, исходит из реальности общественного мнения как социального института и постоянного повышения его роли в обществе. Вторым, сторонниками которого являются Бурдьё, Ницше, Ортега-и-Гассет, Кьеркегор, Гуссерль, Парето, Моска, строится на полном отрицании самого факта наличия общественного мнения.

Основная особенность понимания общественного мнения в социологии заключается в том, что оно рассматривается не как единое мнение, а как полный набор возможных альтернатив мнений, кем бы они не выдвигались, и выбор тех альтернатив, против которых никто не возражает. Поэтому не может быть общественного мнения о том, что общеизвестно, или о том, что имеет однозначное решение.

Функциями общественного мнения в социологии считаются:

- поддержание социально-одобряемых норм поведения;
- стимулирование социальных действий;
- накопление социальных ресурсов, влияние которых скажется в будущем;
- ослабление степени напряженности общественных отношений.

Комплекс общественного мнения – это такое образование в общественном мнении, в котором определенный ряд стереотипов устойчиво связан с определенным типом их значений и способом использования. Выделяются четыре основных типа комплексов общественного мнения: комплекс приобщения, комплекс зависимости, комплекс ожидания, комплекс сравнения.

В социологии общественного мнения общее мнение рассматривается как не тождественное общественному мнению. Соответственно, социология журналистики изучает влияние журналистики: на состояние и направленность общего мнения; на формирование и функционирование общественного мнения.

Социология журналистики выделяет и исследует двойственную природу журналистики в системном механизме манипулирования массовым общественным сознанием. С одной стороны, журналистика и все ее структурные элементы рассматриваются как инструмент манипуляции мнением и поведением. С другой – сами СМИ, журналисты являются постоянным объектом манипуляционного воздействия.

В узком смысле слова, политическая коммуникация – это публичное обсуждение вопросов, связанных с распределением общественных ресурсов и властных полномочий, что предполагает управление как общим, так и общественным мнением. Основным

компонентом политической коммуникации является политическая реклама. Основоположником систематического, научного, выборочного исследования общественного мнения в эмпирической социологии XX века является американский социолог Дж. Гэллап.

Тема 5. Аудитория как объект социологических исследований

1. Теоретические, естественнонаучные, исторические предпосылки развития социологических исследований аудитории.
2. Развитие социологических исследований аудитории СМИ.
3. Понятие аудитории в социологии журналистики.

Темы докладов:

1. Аудитория (к истории вопроса).
2. Дж. Гэллап - основоположник эмпирических социологических исследований аудитории СМИ.

Понятие «аудитория» в широком смысле слова ввел в научный оборот Аристотель в сочинении «Риторика». Он считал это понятие политическим и социальным. Аристотель разработал классификацию аудитории с точки зрения последней заражаться пафосом речи. Основные теоретические положения, на которых базировалось изучение аудитории социологическими методами были разработаны М. Вебером, У. Самнером, Ф. Теннисом, Ле Боном, Г. Зиммелем, Э. Дюркгеймом, У. Липпманом, О. Контом, Г. Тардом.

Становление методов и процедур исследования аудитории СМИ в социологии журналистики связано с именем, научной и практической деятельностью американского социолога Дж. Гэллапа. Главный итог его деятельности состоит в том, что Гэллап возвел социологический инструментарий в ранг объекта научного изучения. Кроме того, именно Гэллап создал в 1939 г. Институт изучения аудитории, ввел в научный оборот социологии журналистики так называемую «систему структурных схем» двух видов при социологическом изучении аудитории СМИ. Наконец, Гэллап фактически впервые в мире обратил внимание власти, политиков, журналистов, населения на существование проблемы качества и объективности необходимой обществу массовой информации.

Результатом социологических исследований аудитории СМИ на первом этапе стало формирование пяти основных направлений изучения аудитории в социологии журналистики:

- изучение «читательского профиля» СМИ;
- дифференциация аудитории СМИ по своим предпочтениям внутри источника или канала массовой информации, или «тематическая селекция»;
- изучение негативной установки на использование СМИ в целом, отдельных каналов и источников массовой информации;
- анализ психологической мотивации использования реальной аудиторией СМИ, отдельных каналов и источников информации;
- сравнительный анализ восприятия СМИ журналистами и аудиторией.

Аксиомой сравнительного анализа восприятия аудиторией и журналистами конкретных СМИ является то, что журналисты и аудитория по-разному оценивают достоинства и недостатки, общее содержание и отдельные материалы конкретного канала или источника массовой информации.

В XX в. сложилась обширная практика эмпирических социологических исследований аудитории СМИ. Ее итогом стало накопление огромного массива данных по этой проблеме, разработка принципиально новых методов и процедур изучения аудитории СМИ, формулировка ряда теоретико-прикладных положений в социологии журналистики.

В широком смысле слова, под аудиторией следует понимать совокупность лиц, являющихся адресатом общего для всех ее членов средства массовой информации при минимальном или даже отсутствующем непосредственном взаимодействии их друг с другом. В узком смысле слова, аудитория СМИ – устойчивая совокупность индивидов,

возникшая на основе общности их информационных интересов и потребностей (обусловленных их социальной принадлежностью), а также форм, способов и каналов удовлетворения этих потребностей.

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

1. Техника и процедуры контент-аналитического исследования средств массовой информации.
2. Этапы контент-анализа СМИ и их содержание.
3. Практические особенности инструментария контент-анализа газетных СМИ, описания и анализа результатов.

Темы докладов:

1. Особенности компьютерного контент-анализа СМИ (KWALITAN).

В качестве объекта контент-аналитического исследования могут выступать: СМИ в целом; печатные СМИ; аудиовизуальные СМИ; отдельные газеты, журналы, радиостанции, телеканалы; отдельные материалы печатных СМИ, отдельные теле- и радиoproграммы. Предметом контент-аналитического исследования могут быть: социальная и политическая направленность СМИ; объективность СМИ; независимость СМИ; эффективность СМИ; влияние СМИ; место СМИ среди социальных институтов; роль СМИ в формировании общественного мнения.

Существуют 2 типа единиц анализа в контент-аналитическом исследовании СМИ. Во-первых, единицей анализа может быть признак материала, который характеризует его в целом. Например, функциональная принадлежность материала. Во-вторых, единицей анализа может быть слово, персонаж, суждение, абзац, тематическая часть текста.

Правила контент-анализа СМИ:

- необходимо четко уяснить в чем состоит проблема, прежде чем исследовать ее, т.е. определить категорию анализа;
- для отбора единиц наблюдения не могут использоваться квотные выборки, т.е. должен использоваться тип вероятностных выборок;
- выборка репрезентативна для всего выбранного временного интервала, но не для отдельного периода внутри этого интервала;
- необходимо строго учитывать реальную периодичность, цикличность и ритмичность в деятельности анализируемых каналов и источников массовой информации;
- если мы интересуемся какой-либо одной характеристикой в деятельности газеты, журнала, телеканала, радиостанции, то следует получить количественное распределение массива информации по этой характеристике, т.е. провести типологическое контент-аналитическое исследование. Например, если нас интересует география какой-либо характеристики в СМИ, то следует наращивать число материалов анализа до того уровня, пока не станет повторяться наименее часто употребляемое географическое название.

Обычно выделяют 4 этапа контент-аналитических исследований СМИ – подготовительный, полевой, обработка информации, заключительный этап: анализ и интерпретация данных.

Главной особенностью компьютерного контент-анализа СМИ является то, что исходным материалом для обработки являются не числовые данные, а текстовые документы. Одна из наиболее распространенных программ компьютерного контент-анализа – KWALITAN.

На практике контент-анализ газет и журналов тесно переплетается с методом социологического опроса. Тексты в этом случае выступают как респонденты, а в качестве инструментария используется анкета, с помощью которой печатные СМИ и опубликованные в них материалы «опрашиваются».

Тема 7. Особенности рейтинговых измерений в социологии журналистики

1. Понятие рейтинга и рейтингового замера в социологии.
2. Основные типы и методики рейтинговых замеров.

3. Рейтинговые измерения аудитории средств массовой информации.

Тема доклада:

1. Рейтинговый инструментарий в социологии журналистики.

Термин «рейтинг» не следует отождествлять с терминами «ранг» и «ранжир». В широком смысле слова рейтинг – это качественно-количественный индикатор, который прямо или опосредованно выражает субъективную общественно значимую оценку того или иного события, факта, явления, личности, политического или экономического института, полученную с использованием определенной научно обоснованной и надежной методики в ходе массового или экспертного социологического опроса, или полученную с использованием методов «качественной» социологии. Таким образом, рейтинг в политической социологии и социологии журналистики есть результат социологического измерения.

Существуют 2 основных подхода к применению рейтинговых измерений в социологии. Первый – рассмотрение рейтингового замера как статистической процедуры косвенных социальных измерений, т.е. представление отдельных характеристик социальных объектов в виде числовых значений. В основе этой процедуры лежит метод шкалирования. Второй подход заключается в отношении к рейтинговому замеру как специфической методике изучения социологией отдельного класса социальных явлений, событий и фактов.

Социологический инструментарий рейтинговых измерений должен обладать релевантностью, нейтральностью, доступностью, однозначностью, абсолютной совместимостью вопроса и альтернатив, а также определенных вариантов ответов друг с другом.

Не следует отождествлять экспертные рейтинговые измерения и рейтинговые опросы лидеров мнений, так как лидер мнений может не быть (и очень часто и не бывает) специалистом в исследуемой проблеме и области знаний и не способен представить объективное мотивированное заключение по предмету экспертизы.

Существует типологизация рейтинговых замеров. Они могут быть простые и сложные, мягкие и жесткие, качественные и количественные.

Основные методики (технологии) рейтинговых замеров:

- методика «укол зонтиком»;
- методика «весы»;
- методика «из прошлого – в будущее»;
- методика «сито»;
- методика «рейтинг-балл»;
- методика «баланс сил».

В отличие от политической социологии, в том числе электоральной социологии, под рейтингом в социологии журналистики подразумевается величина (объем) аудитории СМИ. Кроме того, для определения рейтинга СМИ в социологии журналистики используются дополнительно технические средства измерения. Также дифференцируются понятия рейтинга для печатных изданий, радио и телевидения:

Рейтинг для газет и журналов – усредненное количество читателей одного номера издания.

Рейтинг для радио – аудитория временного интервала, чаще всего 15-минутного, количество человек, слушавших данную радиостанцию хотя бы 5 минут в течение этого интервала.

Рейтинг телевизионной передачи рассчитывается по вероятностной модели и выражается в процентах от целевой группы.

Соответственно различаются показатели «охвата» при измерении аудитории печатных изданий и телевидения.

Типовые задания

Примерный тест

1. Научно-познавательная парадигма – это:
 - а) упорядоченные взаимодействия и коммуникации людей, направленные на достижение общей цели
 - б) устойчивый набор оснований, принципов познания, изучаемых процессов и явлений, результирующих построений, выделяющих научный способ познания от всех остальных
 - в) освоение и использование индивидом адаптационно полезного опыта, которые нельзя объяснить ни процессами развития организма, ни сенсорной адаптацией
2. Особым неклассическим видом социальной общности, формирующимся на определённых этапах развития общества и имеющим своим прообразом городскую толпу, иногда некое рассеянное множество, называют:
 - а) массой
 - б) аудиторией
 - в) публикой
 - г) зрителями
3. Понятие, которое в статическом смысле означает внутреннюю расчлененность социальной системы, а в динамическом — процесс формирования в рамках системы новых структурных и функциональных единиц, - это:
 - а) игра
 - б) инкультурация
 - в) культурная диффузия
 - г) социокультурная дифференциация
4. Массовая культура – это вид искусства, характеризующийся производством культурных ценностей:
 - а) не стандартизованных по форме и содержанию
 - б) не предполагающих коммерческий успех
 - в) распространяемых средствами массовой информации
 - г) рассчитанных и доступных (в силу своей исключительности) в основном узкому кругу людей.
5. Стандарты деятельности и правила поведения, выполнение которых ожидается от члена группы или общества и поддерживается с помощью санкций, с помощью которых упорядочиваются и регулируются социальные взаимодействия, - это:
 - а) социокультурные нормы
 - б) ценностные ориентации личности
 - в) традиции
 - г) профессиональная этика
6. Социальная роль – это:
 - а) общественное положение индивида, определяемое двумя параметрами: местом в системах разделения труда и социальной стратификации
 - б) совокупность функций, которые предписано выполнять индивиду, занимающему определенное место в социальной группе или организации
 - в) освоение и использование индивидом адаптационно полезного опыта, которые нельзя объяснить ни процессами развития организма, ни сенсорной адаптацией
 - г) упорядоченные взаимодействия и коммуникации людей, направленные на достижение общей цели
7. Процесс обращения массовой информации – это:
 - а) виртуальная реальность
 - б) массовая коммуникация
 - в) вид движения товара
 - г) предмет работы журналиста
8. Любой объект (событие или явление), так или иначе воздействующий на людей и их деятельность; массовые, социально типичные явления и процессы, которые

подтверждаются многократным наблюдением и повторением, в социологии журналистики называется:

- а) социальная проблема
- б) феномен
- в) социальный факт
- г) ноумен

9. «Образ журналиста», по мнению М.В. Ломоносова, как предмет научного познания начинает формироваться в эпоху:

- а) Просвещения
- б) Возрождения
- в) Античности
- г) Средневековья

10. Какого СМИ был редактором К.Маркс:

- а) Рейнская газета
- б) журнал Шпигель
- в) журнал Новое время
- г) Новая рейнская газета

11. В 1910 году в научный оборот понятие «Социология прессы» ввел:

- а) К.Маркс
- б) М.Вебер
- в) А.Шнитке
- г) Ф.Энгельс

12. Знаменитое высказывание «Средство коммуникации и есть сообщение» принадлежит:

- а) Г.Лассуэллу
- б) А.Шюцу
- в) М.Веберу
- г) Г.М.Маклюэну

13. Возрастание объёма и роли процессов распространения и получения опосредованной информации, заменяющей непосредственный опыт людей, усиления роли фокусирования СМИ на явлениях и персонах, зависимость их статуса от внимания медиа, называют:

- а) медиатизацией
- б) политизацией
- в) диверсификацией
- г) автоматизацией

14. Отношение индивидов к тому или иному явлению, объекту или ситуации, имеющим место как в данной стране, так и в международной жизни, называют:

- а) рейтингом
- б) общественным мнением
- в) социальным интересом
- г) традицией

15. В социологии журналистики личное ощущение времени индивидом принято называть:

- а) социальным временем
- б) физическим временем
- в) космическим временем
- г) индивидуальным временем

16. Объектом изучения социологии журналистики являются:

- а) журналисты
- б) средства массовой коммуникации
- в) информация
- г) взаимоотношения между редакциями СМИ и аудиторией

17. Г.Лассуэлл для анализа средства коммуникации предложил универсальную схему,

состоящую из пяти последовательных вопросов. Какой вопрос Г.Лассуэлл не включил в нее:

- а) кто говорит?
- б) кому сообщается?
- в) что сообщается?
- г) по какому каналу?
- д) почему сообщается?
- е) с каким эффектом?

18. Представители франкфуртской социологической школы считали, что главной научной проблемой в изучении массового общества является:

- а) утрата высокого качества литературы и искусства в целом
- б) манипуляция индивидами со стороны власти, правящих элит
- в) особенности человеческого поведения в толпе
- г) естественное стремление человека быть частью большого сообщества

19. К основным проблемам социологии журналистики не относят:

- а) доступность информации и информационное неравенство
- б) динамику характера информационного потребления
- в) глобализация и место в ней СМИ
- г) этические нормы деятельности журналистов

20. Особый вид научной практики, деятельность, специально организованная для получения и построения научного знания об изучаемом социальном объекте, называют:

- а) социологическим исследованием
- б) социологическим анализом
- в) социологической верификацией

21. К атрибутам массы как социальной общности не относится:

- а) отсутствие индивидуальности человека в толпе
- б) слабость межиндивидуальных связей
- в) стохастический характер
- г) строгая внутренняя организация и социальная иерархия

22. По мнению И.Д. Фомичевой, производство и распространение информации на массовую аудиторию с учетом ее разнообразных характеристик является содержанием следующей функции СМИ:

- а) коммуникативной
- б) информационной
- в) психического регулирования
- г) форума

23. По мнению П.Бурдье, главной «валютой» во взаимодействии СМИ и бизнеса является:

- а) известность
- б) эфирное время
- в) общественное внимание
- г) медиауспех

24. В социологии журналистики своей целью выявить и описать частоту распределения тех или иных характеристик в изучаемом массиве или их вариации, ставит:

- а) описательное исследование
- б) аналитическое исследование

- в) коммерческое (прикладное) исследование
- г) разведывательное исследование

25. Часть объектов генеральной совокупности, отобранных с помощью специальных приемов для получения информации обо всей совокупности в целом, называется:

- а) выборочная совокупность
- б) группировка
- в) рейтинг
- г) симулякр

26. Вид человеческой деятельности, направленной на удовлетворение информационных нужд и потребностей посредством обмена между средством массовой информации как организацией и потребителем, называется:

- а) менеджмент СМИ
- б) маркетинг СМИ
- в) пиар СМИ
- г) рекрутинг СМИ

27. Метод анализа текстов, нацеленного на получения статистических (количественных) выводов о содержании множества более или менее однотипных текстов, качественно-количественный анализ, называется:

- а) контент-анализ
- б) эксперимент
- в) верификация
- г) фальсификация

28. Способность выборочной совокупности отражать значимые (с точки зрения проблемы исследования) характеристики генеральной совокупности называется:

- а) ситуативность
- б) презентативность
- в) репрезентативность
- г) демонстративность

29. Система единиц с масштабом – это:

- а) шаблон
- б) визир
- в) шкала
- г) штангенциркуль

30. При опросе с закрытыми вопросами варианты ответов:

- а) предлагаются готовыми
- б) не предлагаются
- в) испытуемый может добавить свой вариант ответа

Ключи к тестовым заданиям.

№ вопр.	Ответ
1	б
2	а
3	г
4	в
5	а

6	<i>б</i>
7	<i>б</i>
8	<i>в</i>
9	<i>а</i>
10	<i>а</i>
11	<i>б</i>
12	<i>с</i>
13	<i>а</i>
14	<i>б</i>
15	<i>а</i>
16.	<i>б</i>
17.	<i>д</i>
18.	<i>б</i>
19.	<i>с</i>
20.	<i>а</i>
21.	<i>с</i>
22.	<i>б</i>
23.	<i>в</i>
24.	<i>а</i>
25.	<i>а</i>
26.	<i>б</i>
27.	<i>а</i>
28.	<i>в</i>
29.	<i>в</i>
30.	<i>а</i>

4.3. Оценочные средства для промежуточной аттестации.

4.3.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы. Показатели и критерии оценивания компетенций с учетом этапа их формирования

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
ОПК-5	Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиа-коммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	ОПК-5.4	Способен применять правовые нормы, регулирующие функционирование СМИ и журналистской деятельности при анализе тенденций развития медиакоммуникационных систем
ОПК-7	СПОСОБЕН	ОПК-7.3	Способен понимать

	УЧИТЫВАТЬ ЭФФЕКТЫ И ПОСЛЕДСТВИЯ СВОЕЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, СЛЕДУЯ ПРИНЦИПАМ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ		правовые последствия информационного влияния и социальную ответственность журналиста при подготовке медийных продуктов и реализации медийных проектов.
--	--	--	--

Этап освоения компетенции	Показатель оценивания	Критерий оценивания
ОПК-5.4 Способен применять правовые нормы, регулирующие функционирование СМИ и журналистской деятельности при анализе тенденций развития медиакоммуникационных систем	Оперативно находить нужную информацию в международных документах, нормативно-правовых актах, рекомендательных документах, касающихся деятельности СМИ. С позиций правовых норм демонстрирует навыки анализа конкретных ситуаций, возникающие в повседневной практике редакции. Дает комплексную оценку законодательных инициатив в сфере СМИ. Демонстрирует навыки использовать в редакторской и журналистской практике положения международных документов, нормативно-правовых актов, рекомендательных документов; способность принимать адекватные решения при возникновении критических, спорных ситуаций, требующих вмешательства юристов и лингвистов-экспертов	Использованы валидные методы оценки и представлены адекватные результаты в области применения законодательства о СМИ в организациях различных организационно-правовых форм и форм собственности; норм права, регулирующих деятельность СМИ в журналистской и редакторской деятельности

Этап освоения компетенции	Показатель оценивания	Критерий оценивания
<p>ОПК-7.3 Способен понимать правовые последствия информационного влияния и социальную ответственность журналиста при подготовке медийных продуктов и реализации медийных проектов.</p>	<p>Демонстрирует понимание социальных последствий информационного влияния и социальную ответственность журналиста.</p>	<p>Обоснованность определения методов и форм участия журналиста в планировании, организации, конструировании массовых информационных потоков, сформированность первичных навыков работы в наиболее востребованных практикой жанрах, степень владения методами профессиональной рефлексии.</p>

В случае применения дистанционного режима промежуточной аттестации она проводится следующим образом: устно в ДОТ/письменно с прокторингом/ тестирование с прокторингом. Для успешного освоения курса учащемуся рекомендуется ознакомиться с литературой, размещенной в разделе 6, и материалами, выложенными в ДОТ.

4.3.2. Типовые оценочные средства

Вопросы к зачету

1. Журналистика и социология: область взаимодействия.
2. Предмет, цель, задачи, функции социологии журналистики.
3. Мыслители XVII–XVIII вв. о свободе печати и роли прессы в обществе.
4. Пресса в качестве «третьего элемента» во взаимодействии власти и общества (К. Маркс). Пресса в условиях становления демократии (А. де Токвиль).
5. Печать как средство классовой борьбы (К. Маркс, В.И. Ленин).
6. М. Вебер о журналистах и журналистике, социологическом изучении прессы.
7. Журналистика как социально-психологический фактор формирования сознания и поведения аудитории (А. Шопенгауэр, Ф. Ницше, У. Липпманн, Э. Фромм, Г. Малецке).
8. Роль и значение СМИ в теории социокультурного воздействия массовой коммуникации на жизнь общества (М. Маклюэн).
9. Анализ телевизионной продукции в социально-философской критике массовой коммуникации и «массовой культуры» Т. Адорно.
10. Понятие и особенности «массовой культуры»: роль СМИ в ее тиражировании.
11. Опросы общественного мнения как политическая технология в информационном пространстве телевидения, радио, газет (Я. Бурдые, П. Шампань).
12. Социальные функции массовой коммуникации и ее исследования в представлениях Г. Лассуэлла.
13. Теория коммуникативных действий и «восстановление свободной от принуждения массовой коммуникации» в социологии Ю. Хабермаса.
14. Теория «двухступенчатого потока информации» во взаимодействии прессы и аудитории. «Лидеры мнений» в восприятии журналистской продукции (Я. Лазарсфельд).
15. Традиции и опыт социологии журналистики в России.
16. Социальная система и журналист. Коммуникатор, информатор, медиатор, реципиент как субъекты информационных отношений.
17. Свобода СМИ и ответственность журналиста.

18. Журналист в массовой коммуникации: социальная роль и ее творческая реализация.
19. Социальная система и политическая коммуникация: роль журналистики.
20. Коммуникативный аспект функционирования власти и природа ее взаимодействия с журналистским корпусом.
21. Профессиональная деятельность журналистов в органах исполнительной и представительной власти: формы, методы, проблемы.
22. Информационная политика государства. Понятие информационной безопасности.
23. Система СМИ России: структура, специфика информационных каналов и их взаимодействие.
24. Социальный и профессиональный статусы журналиста. Самоидентификация творческого работника СМИ.
25. Проблема партийности журналиста и ее актуализация в прессе современной России.
26. Социальные аспекты личности журналиста. Нравственно-этические начала журналистской деятельности.
27. Журналистика как институт социального контроля: особенности реализации социального контроля в журналистике.
28. Культура социологического мышления журналиста как показатель его профессиональной зрелости.
29. Социологическое и интуитивное познание действительности в труде журналиста. Репрезентативность в журналистике.
30. Назначение, понятие и структура социожурналистики.
31. Социальное противоречие и социальная проблема в журналистском анализе. Понятие социального факта в журналистике и социологическом исследовании.
32. Публикация в прессе результатов социологического исследования: основные требования, принципы и методы подачи.
33. Аудитория СМИ: цель и методы изучения. Сущность и значение обратной связи.
34. Общественное мнение и мнение аудитории. Манипуляция общественным мнением в СМИ.
35. Эффективность журналистской деятельности и ее зависимость от внешних и внутренних факторов функционирования СМИ.
36. Повышение эффективности журналистской деятельности: методы социологического обеспечения.
37. Интервью и наблюдение в труде журналиста: методы обеспечения точности и достоверности.
38. Прессовый (телефонный) опрос в редакционной практике: анкета, обработка результатов, оценка достоверности.
39. Экспертный опрос в журналистском творчестве: процедура и обработка результатов экспертизы.
40. Социологический эксперимент в творчестве журналиста.
41. Публицистический прогноз.
42. Методика контент-анализа в труде журналиста.

Типовые практические задания к зачету:

Задание 1. Дайте характеристику тематике новостных выпусков на телевидении и радио (на основе сравнительного контент-анализа двух каналов).

Задание 2. Провести сравнительный контент-анализ содержания печатного издания и его Интернет-версии.

Задание 3. Определить значение специалистов (экспертов) в каналах СМИ (содержание и функции выступлений; контент-анализ).

Задание 4. Придумайте и дайте характеристику изданию, которого не хватает в современном медиапространстве (обоснование типа и целевой аудитории).

Задание 5. Придумайте и дайте характеристику передачи, которой не хватает на телевидении или радио в современном медиапространстве (обоснование типа и целевой аудитории)

Шкала оценивания

Оценка результатов производится на основе балльно-рейтинговой системы (БРС). Использование БРС осуществляется в соответствии с приказом от 06 сентября 2019 г. №306 «О применении балльно-рейтинговой системы оценки знаний обучающихся». БРС по дисциплине отражена в схеме расчетов рейтинговых баллов (далее – схема расчетов).

Ведущий преподаватель дисциплины разрабатывает схему расчета рейтинговых баллов по дисциплине. Схема расчетов формируется в соответствии с учебным планом, утверждается руководителем образовательного направления и доводится до сведения студентов на первом занятии по данной дисциплине. Схема расчетов является составной частью рабочей программы дисциплины и содержит информацию о видах учебной работы, видах текущего контроля, виде промежуточной аттестации по дисциплине, а также иную информацию, влияющую на начисление баллов обучающимся.

Усвоение студентом всего объема дисциплины максимально оценивается в 100 баллов.

Шкала перевода оценки из многобалльной в систему «зачтено»/ «не зачтено»:

Таблица 6

от 0 до 50 баллов	«не зачтено»
от 51 до 100 баллов	«зачтено»

4.4. Методические материалы **Описание системы оценивания**

Таблица 7

<i>Оценочные средства (формы текущего и промежуточного контроля)</i>	<i>Показатели оценки</i>	<i>Критерии оценки</i>
Устный опрос	Корректность и полнота ответов	Полный, развернутый и подкрепленный языковыми примерами ответ – 1 балл Неполный или неверный ответ – 0 баллов
Тестирование	Процент правильных ответов на вопросы теста.	0–33% – 1 балл; 34–66% – 2 балла; 67–100% – 3 балла. В сумме за 9 тестов максимальное количество баллов – 27.
Зачет	Проводится по билетам. Каждый билет содержит 2 вопроса и логическую задачу.	Ответы на вопросы (в сумме – до 7 баллов за каждый вопрос). По каждому вопросу начисляются: 1–3 баллов – за ответ, подтверждающий знания в рамках лекций и обязательной литературы; 4–6 баллов – за ответ, подтверждающий знания в рамках лекций, обязательной и дополнительной литературы; 7 баллов – за ответ, подтверждающий знания в рамках лекций, обязательной и дополнительной литературы, и содержащий элементы самостоятельного анализа. Решение задачи – до 7 баллов: 0 баллов – за полностью неправильное решение. 1–5 баллов – за правильное применение законов и правил логики, но ошибочный результат. 6–7 баллов – за правильное применение законов и правил логики и верный результат.

Зачет проходит в форме устного собеседования по вопросам билета. На подготовку к ответу дается 45 минут. На зачете предусмотрено выполнение практического задания в

качестве практической части билета. Итоговая оценка по дисциплине выставляется с учетом набранных на аудиторных занятиях баллов.

В случае применения дистанционного режима промежуточной аттестации она проводится следующим образом: устно в ДОТ/письменно с прокторингом/ тестирование с прокторингом. Для успешного освоения курса учащемуся рекомендуется ознакомиться с литературой, размещенной в разделе 6, и материалами, выложенными в ДОТ.

5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Подготовка к занятиям должна носить систематический характер. Это позволит обучающемуся в полном объеме выполнить все требования преподавателя. Обучающимся рекомендуется изучать как основную, так и дополнительную литературу, а также знакомиться с Интернет-источниками (список приведен в рабочей программе по дисциплине).

Контроль самостоятельной работы осуществляется в рамках опроса по темам.

Для самостоятельной подготовки к занятиям студентам предлагается изучить следующие темы:

1. Объект, предмет науки «Социология журналистики». Место дисциплины в системе обществоведческих наук.
2. Классическая Социология журналистики.
3. Современные социологические теории.
4. Состояние российской социологической науки в прошлом и настоящем.
5. Методы социологических исследований.
6. Социологическое понимание категории "общество".
7. Мировое сообщество и мировая система.
8. Место России в современном мировом сообществе.
9. Мировая система и процессы глобализации.
10. Концепция социального прогресса.
11. Типологизация как метод социологического исследования. Классические типологии обществ.
12. Типологические схемы современного общества.
13. Теории стратификации обществ.
14. Стратификация современного российского общества.
15. Социальные общности и группы.
16. Социальные институты. Функции социальных институтов. Институционализация.
17. Социальные организации. Уровни организации и самоорганизации.
18. Социальный контроль.
19. Причины девиантного поведения.
20. Социальная коррекция девиантного поведения.
21. Теория социального действия, социальное взаимодействие, социальные отношения.
22. Социальные процессы и социальные движения в современном обществе.
23. Социологические теории развития личности.
24. Личность как деятельный субъект.
25. Взаимоотношения личности и общества сегодня.
26. Общественное мнение как институт гражданского общества.
27. Этнос и его структура.
28. Этнические процессы современности.
29. Национальные отношения и национальная политика.
30. Культурно-аналитическая традиция в социологии.
31. Социальные функции культуры.
32. Элементы культуры.

33. Динамика развития культуры.

34. Проблема социальной ответственности в профессиональной деятельности.

Методические рекомендации по подготовке к докладу:

Обучающийся готовит доклад в форме устного сообщения по теме дисциплины.

Предлагается следующая структура доклада:

1. Введение:

- указывается тема и цель доклада;
- обозначается проблемное поле, тематические разделы доклада.

2. Основное содержание доклада:

- последовательно раскрываются тематические разделы доклада.

3. Заключение:

– приводятся основные результаты и суждения автора по поводу путей возможного решения рассмотренной проблемы, которые могут быть оформлены в виде рекомендаций.

Методические рекомендации по подготовке к тестированию.

При подготовке к тестированию следует учитывать, что тест проверяет не только знание понятий, категорий, событий, явлений, умения выделять, анализировать и обобщать наиболее существенные связи, признаки и принципы разных явлений и процессов. Поэтому при подготовке к тесту не следует просто заучивать, необходимо понять логику изложенного материала. Этому немало способствует составление развернутого плана, таблиц, схем. Большую помощь оказывают интернет-тренажеры, позволяющие, во-первых, закрепить знания, во-вторых, приобрести соответствующие психологические навыки саморегуляции и самоконтроля.

Тестирование имеет ряд особенностей, знание которых помогает успешно выполнить тест. Можно дать следующие методические рекомендации: следует внимательно изучить структуру теста, оценить объем времени, выделяемого на данный тест, увидеть, какого типа задания в нем содержатся; отвечать на те вопросы, в правильности решения которых нет сомнений, пока не останавливаясь на тех, которые могут вызвать долгие раздумья; очень важно всегда внимательно читать задания до конца, не пытаясь понять условия «по первым словам».

Методические указания по подготовке к выполнению кейса

При подготовке к выполнению кейса следует учитывать, что кейс проверяет не только знание понятий, категорий, событий, явлений, умения выделять, анализировать и обобщать наиболее существенные связи, признаки и принципы разных явлений и процессов. Поэтому при подготовке к кейсу не следует просто заучивать материал, необходимо понять его логику. Подготовке способствует составление развернутого плана, таблиц, схем. Большую помощь оказывают интернет-тренажеры, позволяющие, во-первых, закрепить знания, во-вторых, приобрести соответствующие психологические навыки саморегуляции и самоконтроля.

Методические указания по подготовке к опросу

Подготовка к занятиям должна носить систематический характер. Это позволит обучающемуся в полном объеме выполнить все требования преподавателя. Обучающимся рекомендуется изучать как основную, так и дополнительную литературу, а также знакомиться с Интернет-источниками (список приведен в рабочей программе по дисциплине).

Подготовка обучающихся к опросу предполагает изучение в соответствии тематикой дисциплины основной/ дополнительной литературы, нормативных документов, интернет-ресурсов.

Работа со списком литературы. Основная литература осваивается в полном объеме. Дополнительная литература факультативная для освоения.

Промежуточная аттестация в системе ДОТ. Консультация к зачету пройдет в виде онлайн-встречи в приложении Office 365 «Teams». Приложение рекомендуется установить локально. Студент должен войти в систему с помощью учетной записи Office 365 РАНХиГС, чтобы обеспечить базовую проверку личности.

Зачет будет проходить в форме устного опроса по списку вопросов для зачета и выполнения одного практического задания.

Для обеспечения видео- и аудио связи на мероприятии студент должен иметь камеру и микрофон, подключенные к его персональному компьютеру, планшет или смартфон.

Отсутствие у студента технических возможностей рассматривается как уважительная причина. При этом сроки проведения зачета могут быть перенесены по заявлению студента на имя декана факультета на период после окончания режима повышенной готовности.

За 10-15 минут до указанного времени начала мероприятия студент должен выйти на связь. Ему необходимо приготовить паспорт для идентификации личности.

В ходе подготовки ответа студент должен включить свои микрофоны и видеорекамеры. Видеорекамеру необходимо направить так, чтобы были хорошо видны лицо и руки студента. Студент должен следовать рекомендациям преподавателя.

В случае если действия студента не дают возможности преподавателю контролировать процесс добросовестного выполнения студентом заданий после получения задания для зачета, преподаватель имеет право выставить оценку «не зачтено».

В случае сбоев в работе оборудования или канала связи на протяжении более 15 минут со стороны преподавателя либо со стороны студента, преподаватель оставляет за собой право перенести проведение испытания на другой день.

6. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", включая перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

6.1. Основная литература

1. Волков Ю.Г., Добренчиков В.И., Нечипуренко В.Н., Попов А.В. Социология: Учебник. Под ред. проф. Ю.Г. Волкова. – Изд. 2-е, испр. и доп. – М.: Гардарики, 2013. – 512 с.: ил.
2. Гидденс Э. Социология. Учебник для высших учебных заведений М.: Едиториал УРСС, 2014. – 632 с.
3. Камышев Э.Н. Социология. Конспект лекций. – Томск: ТПУ, 2014. - 88 с.
4. Зарубина, Н. Н. Экономическая социология : учебник и практикум для академического бакалавриата / Н. Н. Зарубина. — 3-е изд. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 378 с. — (Серия: Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-00974-3. — Режим доступа: www.biblio-online.ru/book/D53B7992-386A-4398-8896-5BC8B716D710- ЭБС «Юрайт».
5. Брушкова, Л. А. Социология: учебник и практикум для прикладного бакалавриата / Л. А. Брушкова. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 362 с. — (Серия : Бакалавр. Прикладной курс). — ISBN 978-5-534-00955-2. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/0C83810F-60BE-465D-B8BB-27371020D39B - ЭБС «Юрайт».
6. Сидоров В.А. 10 Рассуждений о социологии журналистики [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Сидоров В.А.— Электрон. текстовые данные.— Санкт-Петербург: Петрополис, 2012.— 312 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/27042.html>.— ЭБС «IPRbooks»

6.2. Дополнительная литература

1. Дзыбова С.Г., Парасюк Е.А. К вопросу о понимании прав человека в современной теории государства и права // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 1: Регионоведение: философия, история, социология, юриспруденция, политология, культурология. 2015. № 1 (156). С. 175-179. - ЭБС elibrary <http://elibrary.ru/item.asp?id=23563186>
2. Сырых В.М. Теория государства и права: Учебник для вузов - М.: Юстицинформ, 2012. - ЭБС "Лань" [http://e.lanbook.com/books/element.php?pl1_id=10684]
3. Матузов, Н. И. Теория государства и права : учебник - М.: Дело, 2014 - 526 с.
4. Малько, А. В. Теория государства и права в вопросах и ответах : учебно-методическое пособие - М.: Дело, 2014 - 351 с.
5. Красняков Н.И Проблематика имперского периода России в трудах историков права // Genesis: исторические исследования. 2015. № 3. С. 27-4 - ЭБС elibrary <http://elibrary.ru/item.asp?id=23373137>
6. Jon D. Michaels AN ENDURING, EVOLVING SEPARATION OF POWERS // Columbia Law Review. Vol. 115, No. 3 (APRIL 2015), pp. 515-597. - ЭБС JSTOR <http://www.jstor.org/stable/43267874>
7. Daron Acemoglu and James A. Robinson The Rise and Decline of General Laws of Capitalism // The Journal of Economic Perspectives. Vol. 29, No. 1 (Winter 2015), pp. 3-28. - ЭБС JSTOR <http://www.jstor.org/stable/43267874> <http://www.jstor.org/stable/43194693>

6.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы

СЗИУ располагает доступом через сайт научной библиотеки <http://nwapa.spb.ru/> к следующим подписным электронным ресурсам:

Русскоязычные ресурсы

- Электронные учебники электронно-библиотечной системы (ЭБС) «Айбукс»
- Электронные учебники электронно-библиотечной системы (ЭБС) «Юрайт»
- Электронные учебники электронно-библиотечной системы (ЭБС) «Лань»
- Научно-практические статьи по финансам и менеджменту Издательского дома «Библиотека Гребенникова»
- Статьи из периодических изданий по общественным и гуманитарным наукам «Ист-Вью»
- Энциклопедии, словари, справочники «Рубрикон»
- Полные тексты диссертаций и авторефератов *Электронная Библиотека Диссертаций* РГБ
- Информационно-правовые базы *Консультант плюс, Гарант.*

Англоязычные ресурсы

- *EBSCO Publishing* – доступ к мультидисциплинарным полнотекстовым базам данных различных мировых издательств по бизнесу, экономике, финансам, бухгалтерскому учету, гуманитарным и естественным областям знаний, рефератам и полным текстам публикаций из научных и научно-популярных журналов;
- *Emerald* – крупнейшее мировое издательство, специализирующееся на электронных журналах и базах данных по экономике и менеджменту. Имеет статус основного источника профессиональной информации для преподавателей, исследователей и специалистов в области менеджмента.

6.4. Нормативные правовые документы

При изучении дисциплины нормативно-правовые документы не используются.

6.5. Интернет-ресурсы

1. Институт государства и права Российской Академии Наук – www.igpen.shpl.ru
2. Научная библиотека МГУ им. М.В.Ломоносова – www.nbmgu.ru

3. Научная библиотека Санкт-Петербургского государственного университета - www.lib.pu.ru
4. Центральная библиотека образовательных ресурсов. Режим доступа: <http://www.edulib.ru/>
5. Сводный каталог электронных библиотек. Режим доступа: <http://www.lib.msu.ru/journal/Unilib/main.htm>
6. Базы данных ИНИОН. Режим доступа: <http://www.inion.ru/product/db.htm>
7. Библиотека образовательного портала «Экономика, социология, менеджмент». Режим доступа: <http://ecsocman.edu.ru/>
8. Библиотека федерального портала «Российское образование». Режим доступа: <http://www.edu.ru/>
9. Библиотека учебной и научной литературы русского гуманитарного интернет университета. Режим доступа: <http://www.i-u.ru/biblio/default.aspx>
10. Экономический и социальный совет ООН (Язык сайта – английский). Режим доступа: <http://www.un.org/en/development/index.shtml>; Режим доступа: <http://www.un.org/en/ecosoc/>

6.6. Иные источники

1. Ершов В.В., Ашмарина Е.М., Корнев В.Н. Экономическое право как мегаотрасль российского права: его предмет и система // Государство и право. 2015. № 7. С. 5-16. - ЭБС elibrary <http://elibrary.ru/item.asp?id=23854014>
2. Карапетов, А. Г. Свобода договора и ее пределы : в 2 т. Т. 1. Теоретические, исторические и политико-правовые основания принципа свободы договора и его ограничений . - М. : Статут, 2012. - 452 с.; Т. 2. Пределы свободы определения условий договора в зарубежном и российском праве. - М. : Статут, 2012. - 453 с.
3. Крохина, Ю. А. Коррупция как социально-правовое явление (финансово правовые аспекты противодействия) - М., 2012. – 224 с.
4. Прудников М.Н. История государства и права зарубежных стран В 2 Ч 8-е изд., пер. и доп. Учебник для академического бакалавриата - М.: Издательство Юрайт , 2015. - ЭБС "Юрайт" [http://www.biblio-online.ru/thematic/?id=urait.content.927908F3-5F1C-435D-8F06-F4F0B4DA0207&type=c_pub Исаев М.А. История государства и права зарубежных стран в 2 т. т.2. средневековье. новое и новейшее время 3-е изд., испр. и доп. Учебник для академического бакалавриата - М.: Издательство Юрайт, 2015 - ЭБС "Юрайт" http://www.biblio-online.ru/thematic/?13&id=urait.content.CD8AF048-5A47-4BBD-9738-D1CA4B1DDD74&type=c_pub
5. Сазонов, В. Е. Государственно-частное партнерство. Гражданско-правовые, административно-правовые и финансово-правовые аспекты / Российский университет дружбы народов, Кафедра Административного и финансового права. - М., 2012. - 492 с.

7. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы

Для успешного освоения студентами дисциплины «Философия» необходимы и применяются следующие информационные технологии:

- 1) компьютерные программы из пакета Microsoft Office: Microsoft Word, Microsoft Excel, Microsoft Power Point для подготовки текстового и табличного материала, графических иллюстраций;
- 2) мультимедийные технологии, необходимые для демонстрации мультимедийных материалов (роликов, фотографий, рисунков, схем и диаграмм), используемых в ходе образовательного процесса, а также компьютерного тестирования;
- 3) сетевые технологии, связанные с использованием ресурсов информационно-телекоммуникационной сети Интернет (поисковые системы, электронная почта,

профессиональные тематические чаты и форумы, системы аудио и видео конференций, онлайн энциклопедии, справочники, библиотеки, электронные учебные и учебно-методические материалы).

*Компьютерные и информационно-коммуникативные средства.
Технические средства обучения*

Таблица 8

№ п/п	Наименование
1.	Специализированные залы для проведения лекций, оборудованные мультимедийной техникой, позволяющей демонстрировать презентации и просматривать кино и видео материалы.
2.	Специализированная мебель и оргсредства: аудитории и компьютерные классы, оборудованные посадочными местами.
3.	Технические средства обучения: персональные компьютеры; компьютерные проекторы; звуковые динамики; программные средства Microsoft.