

Минобрнауки России

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

«Оренбургский государственный университет»

Кафедра журналистики

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

ДИСЦИПЛИНЫ

«Б1.Д.В.Э.10.1 Средства массовой информации и общественное мнение. Медиаметрия»

Уровень высшего образования

БАКАЛАВРИАТ

Направление подготовки

42.03.02 Журналистика

(код и наименование направления подготовки)

Общий профиль

(наименование направленности (профиля) образовательной программы)

Квалификация

Бакалавр

Форма обучения

Заочная

Год набора 2019

Рабочая программа рассмотрена и утверждена на заседании кафедры

Кафедра журналистики

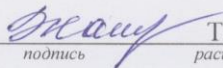
наименование кафедры

протокол № _____ от " ____ " _____ 2019 г.

Заведующий кафедрой

Кафедра журналистики

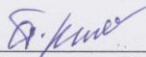
наименование кафедры



Т.М. Жаплова

расшифровка подписи

Исполнители:



Б.А. Калмантаев

должность

подпись

расшифровка подписи

должность

подпись

расшифровка подписи

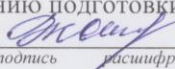
СОГЛАСОВАНО:

Председатель методической комиссии по направлению подготовки

42.03.02 Журналистика

код наименование

личная подпись



Т.М. Жаплова

расшифровка подписи

Заведующий отделом комплектования научной библиотеки

личная подпись



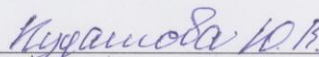
Н.Н. Грицай

расшифровка подписи

Уполномоченный по качеству факультета

личная подпись





расшифровка подписи

№ регистрации _____

© Калмантаев Б.А., 2019

© ОГУ, 2019

1 Цели и задачи освоения дисциплины

Цель (цели) освоения дисциплины:

целями изучения дисциплины «Средства массовой информации и общественное мнение. Медиаметрия» является изучение формирующегося и закрепляющего воздействия средств массовой коммуникации/ информации/ на социальные стереотипы аспекте феномена общественного мнения, т.е. схематичные и упрощенные представления о социальных объектах, широко распространенные в обществе, а также адекватного и объективного использования данного явления в журналистской критике.

Задачи:

- определить предмет и место социологии общественного мнения в системе социологического знания, а также ее взаимосвязь с СМИ;
- проследить генезис теоретических подходов к изучению феномена общественного мнения;
- ознакомиться с важнейшими теоретическими и эмпирическими исследованиями российских и зарубежных специалистов изучения общественного мнения;
- раскрыть социальную природу, социологические характеристики и свойства общественного мнения как важного духовно-практического феномена;
- определить основные сферы формирования общественного мнения;
- выявить проблемы методического обеспечения изучения общественного мнения в социологии;
- освоить основные методики прикладных исследований общественного мнения;
- приобрести практические навыки эмпирических исследований общественного мнения; изучить актуальные проблемы общественного мнения в современной России.

2 Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина относится к дисциплинам (модулям) по выбору вариативной части блока Д «Дисциплины (модули)»

Пререквизиты дисциплины: *Б1.Д.Б.38 Политология, Б1.Д.В.1 Новостная журналистика*

Постреквизиты дисциплины: *Отсутствуют*

3 Требования к результатам обучения по дисциплине

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих результатов обучения

Код и наименование формируемых компетенций	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенций
ПК*-10 Способен контролировать качество выпускаемого медиапродукта, его соответствие профессиональным стандартам и законодательству	ПК*-10-В-1 Знает закономерности формирования эффектов и последствий профессиональной деятельности, концепции ее социальной ответственности ПК*-10-В-2 Оценивает корректность творческих приемов при сборе, обработке и распространении информации в соответствии с общепринятыми стандартами и правилами профессии журналиста	Знать: структуру творческой деятельности журналиста, факторы, определяющие круг профессиональных обязанностей журналиста. Уметь: ориентироваться в современной проблематике российской телекритики и творчестве ведущих телекритиков.

Код и наименование формируемых компетенций	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенций
		Владеть: навыками реализации профессионально-творческих замыслов и редакционных планов по созданию материалов различных жанров для их публикации.

4 Структура и содержание дисциплины

4.1 Структура дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы (144 академических часа).

Вид работы	Трудоемкость, академических часов	
	7 семестр	всего
Общая трудоёмкость	144	144
Контактная работа:	34,25	34,25
Лекции (Л)	18	18
Практические занятия (ПЗ)	16	16
Промежуточная аттестация (зачет, экзамен)	0,25	0,25
Самостоятельная работа: - выполнение индивидуального творческого задания (ИТЗ); - выполнение расчетно-графического задания (РГЗ); - написание реферата (Р); - написание эссе (Э); - самоподготовка (проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий); - подготовка к практическим занятиям; - подготовка к коллоквиумам; - подготовка к рубежному контролю и т.п.)	109,75	109,75
Вид итогового контроля (зачет, экзамен, дифференцированный зачет)	зачет	

Разделы дисциплины, изучаемые в 7 семестре

№ раздела	Наименование разделов	Количество часов				
		всего	аудиторная работа			внеауд. работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1	Общественное мнение как предмет изучения	16	2	1		12
2	Зарождение представлений об общественном мнении. Становление современных подходов к изучению общественного мнения в XX веке	16	2	2		12
3	Социальная природа, структура и динамика общественного мнения	16	2	2		12
4	Субъекты и объекты общественного мнения, их	16	2	2		12

№ раздела	Наименование разделов	Количество часов				
		всего	аудиторная работа			внеауд. работа
			Л	ПЗ	ЛР	
	определение и типологизация					
5	Формирование и проявление общественного мнения в социальной системе	16	2	2		12
6	Функционирование общественного мнения	16	2	1		12
7	Тенденции и закономерности развития общественного мнения на современном этапе	16	2	2		12
8	Общественное мнение и средства массовой информации, проблема манипулирования общественным мнением в современном обществе	16	2	2		14
9	Методические проблемы изучения общественного мнения в современной социологии	16	2	2		12
	Итого:	144	18	16		110
	Всего:	144	18	16		110

4.2 Содержание разделов дисциплины

Раздел № 1 Общественное мнение как предмет изучения

Объект и субъект общественного мнения. Общественное мнение, уровни и формы общественного сознания. Двойственная природа общественного мнения. Представление о сущности общественного мнения в различных социологических парадигмах. Субъект и объект общественного мнения.

Раздел № 2 Зарождение представлений об общественном мнении. Становление современных подходов к изучению общественного мнения в XX веке

Зарождение представлений об общественном мнении в античности (Платон и др.), в эпоху Возрождения (Н.Макиавелли, Э. Роттердамский), Нового Времени (Дж. Локк, Ж. Ж. Руссо, Д. Юм), в XIX веке (Г. Гегель, А. де Токвиль). Понимание общественного мнения как нравственного фактора, влияющего на политический процесс, как важного социального явления. Психологическое направление в разработке социологической теории общественного мнения (Г. Тард, Г. Лебон и др.). Подход к исследованию общественного мнения в контексте публичной сферы – общественности (Ю. Хабермас, Г. Блумер). Осмысление роли стереотипов в процессе формирования общественного мнения (У. Липпман, Н. Луман, Э. Нозль-Нойман). Критика существующих подходов к изучению общественного мнения (П. Бурдьё). Первые эмпирические исследования общественного мнения (Дж. Гэллап и др.). Зарождение различных подходов к изучению общественного мнения в отечественной социологии.

Раздел № 3 Социальная природа, структура и динамика общественного мнения

Общественное мнение как духовно-практический феномен. Дифференциация понятий: «общественное сознание», «индивидуальное сознание» и «массовое сознание». Их роль в формировании и функционировании общественного мнения. Обусловленность общественного мнения конкретно-историческим состоянием общественного развития. Интересы различных социальных общностей как основа проявления общественного мнения. Соотношение понятий: индивидуальное, коллективное (групповое) мнение и общественное мнение. Основные подходы к структуризации общественного мнения. Рациональный, эмоциональный и волевой компоненты общественного мнения. Социальные оценки как базовый элемент структуры общественного мнения.

Влияние ценностных ориентаций, установок и стереотипов на общественное мнение. Социальная роль общества.

Раздел № 4 Субъекты и объекты общественного мнения, их определение и типологизация

Понятие объекта общественного мнения. «Порог доступности» общественного мнения и «принцип целесообразности» при выборе объектов изучения общественного мнения. Критерии выделения объектов общественного мнения. Различные типы классификаций объектов общественного мнения. Понятие субъекта общественного мнения. Дифференциация подходов к определению субъектов общественного мнения: монистическая и плюралистическая традиции. Социальная общность как ключевая категория социологического анализа общественного мнения. Социальные группы, классы, народы как субъекты общественного мнения.

Раздел № 5 Формирование и проявление общественного мнения в социальной системе

Понятие объекта общественного мнения. «Порог доступности» общественного мнения и «принцип целесообразности» при выборе объектов изучения общественного мнения. Критерии выделения объектов общественного мнения. Различные типы классификаций объектов общественного мнения. Понятие субъекта общественного мнения. Дифференциация подходов к определению субъектов общественного мнения: монистическая и плюралистическая традиции. Социальная общность как ключевая категория социологического анализа общественного мнения. Социальные группы, классы, народы как субъекты общественного мнения.

Раздел № 6 Функционирование общественного мнения

Факторы, влияющие на функционирование общественного мнения, и границы его функционирования в конкретном обществе. Возможности и трудности функционирования общественного мнения как социального института. Взаимодействие общественного мнения с другими социальными институтами общества (политическими, экономическими, культурными и др.). Каналы выражения общественного мнения на разных этапах общественного развития. Характеристика функций общественного мнения. Различные подходы к их типологизации. Оценочные и регулятивные функции общественного мнения. Проблема их систематизации. Явные и латентные (скрытые) функции общественного мнения.

Раздел № 7 Тенденции и закономерности развития общественного мнения на современном этапе

Понятие динамики общественного мнения и тенденций его развития. Закономерности развития общественного мнения, обусловленные его собственной природой. Закономерности развития общественного мнения, связанные с конкретно- историческими условиями его функционирования. Особенности проявления общественного мнения в современной России и других странах.

Раздел № 8 Общественное мнение и средства массовой информации, проблема манипулирования общественным мнением в современном обществе

Влияние информированности населения на процесс формирования общественного мнения. Роль в этом процессе различных видов информации (личной, социальной, массовой). Основные качества социально информации для формирования зрелого общественного мнения: полнота, адекватность, содержательность, оперативность, доступность и др. Понятие формальных и неформальных каналов передачи информации. Взаимосвязь общественного мнения со средствами массовой информации и коммуникации. Возможности манипулирования общественным мнением посредством СМИ в современном обществе.

Раздел № 9 Методические проблемы изучения общественного мнения в современной социологии

Взаимосвязь методологии и методики в социологических исследованиях общественного мнения. Традиционные и оперативные способы изучения общественного мнения. Поиск операционального определения и основных измеримых характеристик общественного мнения. Основные методы изучения общественного мнения (опрос, наблюдение, контент-анализ, экспертной оценки, фокус-групп, углубленного интервью и др.). Применение новых междисциплинарных методов в исследовании общественного мнения.

4.3 Практические занятия (семинары)

№ занятия	№ раздела	Тема	Кол-во часов
1	1	Общественное мнение как предмет изучения.	1
2	2	Зарождение представлений об общественном мнении. Становление современных подходов к изучению общественного мнения в XX веке.	2
3	3	Социальная природа, структура и динамика общественного мнения.	2
4	4	Субъекты и объекты общественного мнения, их определение и типологизация.	2
5	5	Формирование и проявление общественного мнения в социальной системе.	2
6	6	Функционирование общественного мнения.	1
7	7	Тенденции и закономерности развития общественного мнения на современном этапе	2
8	8	Общественное мнение и средства массовой информации, проблема манипулирования общественным мнением в современном обществе.	2
9	9	Методические проблемы изучения общественного мнения в современной социологии.	2
		Итого:	16

5 Учебно-методическое обеспечение дисциплины

5.1 Основная литература

1. Бреус, Е.С. Психологические аспекты функционирования средств массовой информации / Е.С. Бреус. - М. : Лаборатория книги, 2012. - 99 с. - ISBN 978-5-504-00263-7 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=142231>
2. Никитина, Н.Д. Средства массовой информации как создатели особой виртуально-символической реальности / Н.Д. Никитина. - М. : Лаборатория книги, 2012. - 112 с. - ISBN 978-5-504-00621-5 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=142853>
3. Ильина, Л. Придать форму общественному мнению : учебное пособие / Л. Ильина ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Оренбургский государственный университет». - Оренбург : ОГУ, 2012. - 144 с. ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=259147>

5.2 Дополнительная литература

1. Назаретян, А.П. Психология стихийного массового поведения [Текст] : толпа, слухи, политические и рекламные кампании: учеб. пособие : рек. УМО / А. П. Назаретян. - М. : Академия, 2001. - 112 с.
2. Майерс, Д. Социальная психология [Текст] : [учеб. пособие] / Д. Майерс ; пер. с англ. - 7-е изд. - СПб. : Питер, 2006. - 794 с.
3. Богомолова, Н. Н. Социальная психология массовой коммуникации [Текст] : учеб. пособие : рек. УМО / Н. Н. Богомолова. - М. : Аспект Пресс, 2010. - 192 с.
4. Добренков, В. Ив. Социология [Текст] : учеб. : рек. УМО / В. И. Добренков, А.И Кравченко. - М. : Академический Проект : Альма Матер, 2013. - 606 с.

5.3 Периодические издания

1. Вопросы психологии
2. Вестник Московского университета (Серия 14 «Психология»)
3. Журнал практического психолога
4. Психологический журнал
5. Психология
6. Мир психологии»
7. Журналист
8. Социологические исследования
9. Социология 4М
10. Полис
11. Вопросы экономики

5.4 Интернет-ресурсы

1. <https://fom.ru/> – Фонд «Общественное мнение.
2. <https://wciom.ru/>– Всероссийский центр изучения общественного мнения.

3. <http://www.levada.ru/> – Аналитический центр Юрия Левады «Левада-центр».
4. <https://romir.ru/> – Исследовательский холдинг Romir.
5. <http://www.zircon.ru/> – Исследовательская группа «Циркон».
6. <http://www.iisr.ru/> – Международный Институт Стратегических Исследований «Vector».
7. <http://www.socium.info/> – Центр социологических и маркетинговых исследований «SOCIUM».

5.5 Программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы современных информационных технологий

Лицензионное программное обеспечение

1. Операционная система Microsoft Windows.
2. Пакет настольных приложений Microsoft Office (Word, PowerPoint).
3. Издательская система для верстки и предпечатной подготовки разных публикаций Adobe PageMaker 7.0.2

Свободное программное обеспечение

4. Служебное и офисное ПО:

- свободный пакет офисных приложений Apache OpenOffice. Предоставляется по лицензии Apache License 2.0. Разработчик: Apache SoftwareFoundation. Режим доступа: <http://www.openoffice.org/ru/>.
 - кроссплатформенный, свободно распространяемый офисный пакет с открытым исходным кодом LibreOffice. Предоставляется по лицензии LGPLv3 и Mozilla Public License. Разработчик: The Document Foundation. Режим доступа: <https://www.libreoffice.org/>.
 - бесплатное средство просмотра файлов PDF Adobe Reader. Доступна бесплатно после принятия условий лицензионного соглашения на ПО Adobe. Разработчик: Adobe Systems. Режим доступа: <https://get.adobe.com/ru/reader/>.
 - свободный файловый архиватор 7-Zip. Предоставляется по лицензии GNU LGPL. Разработчик: Игорь Павлов. Режим доступа: <http://www.7-zip.org/>.
5. Графические редакторы, издательские системы:
- свободный, профессиональный пакет для создания трёхмерной компьютерной графики Blender. Предоставляется по лицензии GNU LGPL. Разработчик: Blender Foundation. Режим доступа: <https://www.blender.org/download/>.
 - свободно распространяемый растровый графический редактор GIMP (GNU Image Manipulation Program). Предоставляется по лицензии GNU LGPLv3. Авторы: Питер Маттис и Спенсер Кимбелл. Разработчики: GNOME Foundation. Режим доступа: <https://www.gimp.org/downloads/>.

6 Материально-техническое обеспечение дисциплины

Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, семинарского типа, для проведения групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.

Аудитории оснащены комплектами ученической мебели, техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Помещение для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой, подключенной к сети "Интернет", и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду ОГУ.