

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ
КЫРГЫЗСКОЙ РЕСПУБЛИКИ**

**КЫРГЫЗСКИЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
им. И. РАЗАКОВА**

ИНСТИТУТ УПРАВЛЕНИЯ И БИЗНЕСА

Кафедра «Экономическая журналистика и реклама»

СОЦИОЛОГИЯ ЖУРНАЛИСТИКИ

**Методические указания для студентов 4 курса
специальности «Журналистика»**

Бишкек 2004

Рассмотрено
На заседании кафедры
«Экономическая
Журналистика и реклама»
Прот. № 9 от 26.03.2004г.

Одобрено
Методическим советом
института Управления
и Бизнеса
Прот. № 8 от.27.04.2004г

Составитель АСАНКУЛОВА С.С.

Социология журналистики: Методические указания к выполнению самостоятельной работы для студентов 4 курса специальности «Журналистика» / Кырг. Техн. Ун-т; Сост. С.С. Асанкулова, -Б.: ИЦ «Текник», 2004. – 12с

В Методическом указании предлагаются основные темы. Планы, вопросы для самоконтроля и литература по курсу «Социология журналистики». Практическая ценность Методического указания заключается в возможности формировать культуру эмпирического социологического исследования в работе журналиста.

Рецензент: П.З. Бостонова.

Составитель	<i>С.С. Асанкулова</i>
Корректор	<i>Э.М. Кененбаев</i>
Тех.редактор	<i>Ж.З. Кучкачова</i>

Подписано к печати 10.06.2004. Формат бумаги 60x84
Бумага офс. Печать офс. Объем 0,75 п.л. Тираж 20 экз. Заказ 225.
Цена 8 с. 00 т. Розн. Цена 10 с. 00 т.

720044, Бишкек, ул. Сухомлинова, 20.
ИЦ«Текник» КТУ, т.: 42-14-55, 54-29-43
E-mail: ict@ktu.aknet.kg. beknur@mail.ru

Пояснительная записка

«Социология журналистики» представляет собой науку, изучающую теоретико-методические основы социологических знаний в журналистике.

«Социология журналистики» формирует аналитическое мышление у студентов, приглашая их провести самостоятельное исследование, используя социологические методы в работе редакции и журналистике.

Актуальность и ценность данного курса заключается в том, что, изучая основные социологические понятия, студент способен логично указывать в единую систему – общую картину развития и функционирования общества. Задача данной дисциплины – научить молодежь тому. Как жить в этом обществе, как разбираться в перипетиях социальной реальности и глубже осмыслить происходящее вокруг – и все это объективно отражает в профессиональной журналистике деятельности.

Данный курс является продолжением общего курса социологии и предполагает углубления знаний студентов в области теории и методов социологии применительно к социологии журналистики, к деятельности журналиста и редакции. Курс рассчитан на один семестр и состоит из лекционных, семинарских и лабораторно – практических занятий. Лабораторно – практические занятия предполагают составления проекта программы, анкеты или кода для контент – анализа журналистических тестов, проведение локально учебного анкетирования или интервью (очного или телефонного), наблюдения или контент – анализа текстов с кратким отчетом по проведенному исследованию, возможно в форме журналистической публикации. Курс завершается дифференцированным зачетом.

Лекции и практические занятия по курсу ставят задачу ознакомить студентов с историей, теорией, процедурами и методами социологических исследований в области журналистики, по возможности сформулировав у будущих журналистов представление о социологическом подходе к изучению социальных явлений, познакомить студентов с результатами социологических исследований и помочь в практическом освоении основных методов эмпирических исследований, полезных в профессиональной деятельности журналиста и редакции, научить пользоваться данными социологических исследований.

Тема 1. Социология журналистики как предметная область

Цель занятия: формирования знаний у студентов о истории развития социологии журналистики, а также формирование основ социологической грамотности и культуры журналиста.

План.

1. Предмет и задачи курса. Место социологии журналистики в ряду других социологических направлений.
2. Социология различных сфер жизнедеятельности общества: политики и управления, экономики, социальной сферы, культуры, науки, средств массовой коммуникации.
3. Социология общественного мнения (ОМ).

Литература

1. Журналистика и социология. /Под ред. И.Д. Фомичевой. – М., 1995.
2. Журналистика и социология. – СПб., 1997.
3. И. Дж. Смелдер. Социология. – М., 1994.

Вопросы для самоконтроля

1. Объект и предмет социологии и журналистики.

2. Почему социология журналистики связана с потребностями практики СМИ?
3. Какие задачи ставит «Центр изучения общественного мнения»?
4. Какие существуют способы исследования общественного мнения?
5. Назовите предмет, структуру, функции и формы проявления общественного мнения.

Тема 2. Социология средств массовой информации

Цель занятия: знакомство студентов с социологической теорией функционирования средств массовой информации. Формирования у студентов социологического подхода к процессам производства, распространение и потребление массовой информации.

План

1. История социологии журналистики в Кыргызстане.
2. Основные парадигмы социологии средств массовой коммуникации.
3. Задачи, объекты, направления. Типы, виды социологических исследований в области журналистики.

Литература

1. Массовая информация в советском промышленном городе. /Под общей ред. Б.А.Грушина и Л.А.Оникова. – М., 1980
2. Федотова Л.Н. массовая информация: стратегия производства и тактика потребления. – М., 1996.
3. Свитич Л.Г. Феномент журнализма – М., 2000 разд. 2.4; 4.4

Вопросы для самоконтроля

1. В чем сущность проекта «Массовая информация в советском промышленном городе» (Под ред. Б.А. Грушена)?
2. Дать определения следующим понятиям: «массовая коммуникация», «массовая информация», «средства массовой коммуникации», «средства массовой информации», «массмедия».
3. Каковы современные подходы к изучению СМИ в процессах трансформации общества?
4. Журналистика и ценностные ориентации кыргызского общества.

Тема 3. Комплексное социологическое исследование аудитории СМИ

Цель занятия: практически научить студентов умению проводить количественный и качественный анализ аудиторных исследований.

План

1. Аудитория средств массовой информации.
2. Задачи и методы комплексных социологических исследований аудитории СМИ.
3. Медиаметрические исследования аудитории как направление социологии журналистики и информационного маркетинга

Литература

1. Журналистика и социология. Россия – 90-е годы / Ред.- сост. С.Г.Корконосенко СПб.,2001

2. Журналист. Социологические и социопсихологические исследования /Под ред. Л.Г. Свитич и А.А. Ширяевой. – М.,1992.
3. «Литературная газета» и ее аудитория. – М., 1979.

Вопросы для самоконтроля

1. Дайте определение понятиям: целевая (базовая), потенциальная и реальная аудитории.
2. Раскройте сущность субъективных и объективных характеристик аудитории.
3. Каковы тенденции информационного поведения аудитории СМИ?
4. Как сделать анализ данных аудитории СМИ?

Тема 4. Социологическая информация в арсенале редакции и журналиста

Цель занятия: развитие социологического мышления и умение дать глубокий и точный анализ сущности познания социальных процессов и явлений.

План

1. Журналистическая информация в условиях конкуренции.
2. Культура представления данных социологических исследований.
3. Маркетинг социологической информации.
4. способы хранения социологической информации.

Литература

1. Ноэль Э. Массовые опросы. Введение в методику демоскопии. –М., 1978.
2. Свитич Л.Г., Ширяева А.А. Журналистическое образование: взгляд социолога.- М.,1997
3. Ядов В.А. Стратегия социологического исследования. – М.,1999.

Вопросы для самоконтроля

1. Каковы правила интропитации социологической информации на страницах печати, телевидении, радио, в сетевых СМИ?
2. Какова ответственность журналиста за надежность и достоверность социологической информации?
3. Какие существуют правовые и другие формы регулирования социологической информации?

Тема 5. Редакция и журналист как объекты Социологии журналистики

Цель занятия: формирование у студентов опыта обработки процедуры проведения редакционных социологических исследований.

План

1. Социология журналистического образования.

2. Принципы сотрудничества редакций и журналистов с социологической организацией.
3. Права и обязанности заказчика и исполнителя.

Литература

1. Российская журналистика: свобода доступа к информации. –М.,1996.
2. Свитич Л.Г. Как повысить эффективность журналистической работы? (методики социологических исследований основных условий и факторов эффективности местных средств информации). –М.,1987.
3. Шостак М.И. Журналист и его произведение. –М., 1998.

Вопросы для самоконтроля

1. Назовите задачи и методы редакционных социологических исследований.
2. Охарактеризуйте черты социологического портрета современного журналиста.
3. Какие существуют каналы распространения социологической информации?
4. Назовите функции специализированной социологической службы органа информации.

Тема 6. Процедуры и этапы социологического исследования

Цель занятия: изучение типов и видов исследований. Анализ структуры программы типов выработки, формирования гипотез. Формирования умений и навыков обработки и анализ информации. Результат исследований – журналистические публикации.

План

1. Организация социологического и журналистического исследования.
2. Структуры программы исследования.
3. Выборки в социологическом исследовании.
4. Виды гипотез.
5. Измерение в социологическом исследовании.

Литература

1. Социология журналистики. Очерки методологии и практики. / Под ред. С.Г. Корконосенко – СПб., 1998
2. П.Сорокин Человек, цивилизация, общество. – М.,1992
3. Уллмер Дж Журналистическое расследование: современные методы и техника. – М., 1998 – Разд.5.

Вопросы для самоконтроля

1. В чем сходство и различие социологического и журналистического исследования?
2. Как составить план исследования и организовать само исследование?
3. От чего зависит выбор методов получения социологической информации?
4. В чем сущность ролевого этапа исследования?
5. Какие требования предлагаются к итоговому документу?

Тема 7. Интервью и анкетирование в социологии и журналистике

Цель занятия: ознакомление студентов с методами сбора информации: интервьюированием и анкетированием.

План

1. Интервьюирование социологическое и журналистическое: сходство и различия. Виды интервью: очные, телефонные и электронные опросы.
2. анкетирование. Виды анкет Способы распространения анкет (почтовая, раздаточная, прессовая. интернет – анкета.)
3. Правило психологии общения с интервьюируемыми.
4. Социометрические методики в социологии журналистики.

Литература

1. Белановский С.А Методики и техника фокусированного интервью. – М.. 1983.
2. Ноэль Э Массовые опросы. Введение в методику дермоскопии. – М., 1978.
3. Федотова Л.Н. массовая информация стратегия производства и тактика потребления. – М.,1996.

Вопросы для самоконтроля

1. От каких факторов зависит исследования метода анкетирования для сбора информации?
2. В чем сходство и различие социологического интервьюирования от журналистического?
3. Какие достоинства и недостатки этих двух методов сбора информации?
Какие существуют проблемы репрезентативности?

Тема 8. Метод контент – анализа

Цель занятия: знакомство студентов с процедурой проведения метода контент-анализа публикаций своего издания, программы. Редакционной почты целевой и оперативной анализ деятельности редакций, информационно – организационных, пропагандистских, рекламных и ПР – кампаний.

План

1. Документ в социологии и журналистике.
2. Составление кода для контент-анализа и процедуры данного метода.
3. Контент-анализа в практике редакций, журналистической и рекламной деятельности.

Литература

1. Реснянская Л.Л., Фомичева И.Д Газета для всей России – М., 1999.
2. Биографический метод. История. Методология. Практика. – М., 1994.
3. Веховская А.И Методы анализа писем в редакционной работе. – М., 1984.

Вопросы для самоконтроля.

1. Какие существуют качественные и количественные методы анализа документов?
2. Перечислите массивы однотипных документов, которые относятся к методу контент – анализа.
3. Какие требования предъявляются к публикациям результатов контент – аналитических исследований в прессе?

4. Как надо проводить качественный и количественный анализ изучения информационных текстов?

Тема 9. Изучение журналистической редакционной деятельности журналистических кадров.

Цель занятия: формирование правовых основ взаимоотношений журналистов и управляющих органов, властей, владельцев, издателей, рекламодателей, политических и прочих партий и объединений.

План.

1. Направление, цели и методы изучения правовых взаимоотношений журналистов и управляющих органов, властей, владельцев изданий. Рекламодателей, политических и прочих партий и объединений.
2. Психологический климат редакционного и журналистического коллективов.
3. Журналистическое образование в Кыргызстане.

Литература.

1. Гудимов А. Тайна чужой профессии. – М., 1967.
2. Конечкая В.П. Социология коммуникативистики. – М., 1997.
3. Свитич Л.Г., Ширяева А.А. Профессиональное развитие будущего журналиста. – М., 19989.

Вопросы для самоконтроля.

1. Какие цели и задачи помогает решить экспертный опрос в деле изучения редакционной деятельности и журналистических кадров?
2. Какие существуют наборы (пакеты) методик в изучении психологического климата в коллективе?
3. Назовите критерии профотбора в подготовке журналистических кадров.

Тема 10. Социология средств массовой Коммуникации за рубежом.

Цель занятия: изучение теоретических концепций и специфики функционирования зарубежных социологических школ по исследованию средств массовой коммуникации.

План.

1. Характеристика основных парадигм функционирование массовой коммуникации в обществе.
2. социологические службы изучения СМИ за рубежом.
3. Функционирование социологической информации в системе Интернет.

Литература.

1. Журналист: российско-американские социологические исследования. – М., 1998.
2. Смирнова М.Г. Социологические исследования печати, радио и телевидения в развитых капиталистических странах. – М., 1995.

Вопросы для самоконтроля.

1. Какие существуют основные парадигмы функционирования массовой коммуникации?
2. Какие проводятся российско-американские и кыргызско – российские сравнительные социологические исследования по проекту «Глобальный журналист»?
3. Как вы понимаете термин «Медиаметрические исследования»?

Краткий терминологический словарь

Выборочное обследование – способ систематического сбора данных о поведении и установках людей посредством опроса специально подобранной группы респондентов, дающих информацию о себе и своем мнении.

Выборочная совокупность – уменьшенная модель генеральной совокупности; т.е. те, кому социолог раздаёт анкеты, кто называется респондентами, кто, наконец, представляет собой объект социологического исследования.

Генеральная совокупность – всё население или та его часть, которую социолог намерен изучить.

Единица наблюдения - элемент генеральной совокупности, с которого непосредственно ведётся сбор информации.

Единицы отбора - элементы, предназначенные для отбора в выборочную совокупность.

Контролирование Репрезентативность - сравнение средних генеральной и выборочной совокупностей, на основе этого – определение ошибки выборки и её уменьшение.

Лонгитюдное обследование - длительное изучение одной совокупности лиц.

Метод - основной способ сбора, обработки или анализа данных.

Методика - совокупность технических приёмов, связанных с данным исследованием.

Методология - 1) совокупность исследовательских процедур, техники и методов; 2) система принципов научного исследования.

Обработка социологической информации. – математико – статистическое преобразование данных, которое делает их компактными, пригодными для анализа и интерпретации.

Образ жизни	- вошедший в привычку способ жизнедеятельности, поведение людей.
Объекты исследования	- 1) в широком смысле носитель той или иной социальной проблемы; 2) в узком смысле – люди или объекты, способные дать социологу необходимую информацию.
Объем выборки	- количество единиц выборочной совокупности.
Основа выборки	- те, кого социолог хочет опросить; полный и точный перечень единиц выборочной совокупности.
Ошибка выборки	- отклонение средних характеристик выборочной совокупности от средних характеристик генеральной совокупности.
Ошибки репрезентативности	- мера отклонения статистической структуры выборки от структуры соответствующей генеральной совокупности.
Панельное исследование	- исследование, проводимое по единой программе на одной и той же выборке и по единой методике через определенный интервал времени.
Первичные данные	- получение в эмпирическом исследовании статистическая информация, прошедшая известную математическую обработку и выдержанная в форме таблиц с распределением ответов респондентов.
Повторные исследования	- совокупность нескольких исследований, проведенных по единой программе и инструментарию последовательно через определенные промежутки времени призванных получить результаты, характеризующие динамику поведения объекта.
Полевое исследования	- крупномасштабное изучение социальных явлений методами непосредственного наблюдения за поведением людей в реальных жизненных ситуациях.
Поллетеры (pollsters)	- социологи, специализирующиеся на массивных опросах избирателей.
Предметы исследования	- те стороны и свойства объекта, которые в наиболее полном виде выражают исследуемую проблему (скрывающее в ней противоречие) и подлежат изучению.
Прикладные исследования	- маломасштабные и репрезентативные исследования, призванные изучить конкретную социальную проблему и разработать практические рекомендации для её решения.

Проект выработки	- принцип выделения из объекта той совокупности людей (либо иных источников информации), которые впоследствии будут охвачены опросом.
Проектируемый объект	- совокупность доступных исследователю единиц.
Процедура	- последовательность всех операций, общая система действий по организации исследования.
Репрезентативность	- свойства выборочной совокупности представлять характеристику генеральной.
Респондент	- тот, кого опрашивает социолог.
Социализация	- продолжающееся всю жизнь (с младенчества до старости) условие культурных норм и освоение социальных ролей.
Социальное исследования	- исследования, в котором социальные факты объясняются через социальные; междисциплинарное исследование, изучение одного случая (предприятия, общины, города, группы.)
Социологическое исследования	- исследование, в котором одни социальные явления объясняются при помощи других социальных явлений; изучение многих случаев, их статистическое обобщение и сравнение.
Специальная теория	- уровень знания, представляющий собой результат деятельности одного (редко – группы ученых) исследователя; логически связанная система теоретических утверждений проверенных на опыте и описывающий узкий сегмент реальности.
Статистика мнений	- информация об ориентациях населения, о его потребностях и оценках ситуаций.
Статистический вывод	- индуктивное обобщение, постоянное на основе математической обработки и обобщение некоторого множества единиц исследования.
Статистический факт	- типические сводные числовые характеристики, полученные в ходе массового наблюдения.
Структура	- совокупность жестко закрепленных и взаимосвязанных элементов.
Структура выборки	- процентные пропорции признаков объекта, на основании которых составляется выборочная совокупность.
Тенденция	- возможность тех или иных событий развиваться в данном направлении.

Теоретическая модель

Предмета исследования - совокупность логически взаимосвязанных абстрактных понятий, описывающих предметную область исследования.

Технология сбора данных - методика и методы сбора данных, отвечающие на вопрос «как получены данные», а сами данные представляют результат исследовательского поиска и отвечают на вопрос «что получено в исследовании».

Точечное исследование - сбор информации о состоянии или количественных характеристиках социального явления на момент изучения.

Трендовые исследования - исследования. Проводимые на одной и той же генеральной совокупности с интервалом во времени и с соблюдением относительно одинаковой методики.

Частные, или специальные, теории

- обычно формализованные, логически компактные и конкретные модели социальных процессов.

Эмпирическая схема

Объекта исследования - описание экспериментальной ситуации, разработка описание инструмента исследования, операционное определение переменных и указание эмпирических признаков (референтов), составление выборочной совокупности и многое другое.

Эмпирические исследования

- сравнительные, крупномасштабные, репрезентативные исследования, соответствующие самым строгим требованиям науки и способствующие приращению нового знания.

Вопросы для подготовки к зачёту

1. Предмет и задачи социологии журналистики.
2. Основные социологические парадигмы.
3. Социология и журналистика: общие и специфические характеристики.
4. Процедуры и этапы социологических исследований.
5. Выборка в социологии. Типы выборок.
6. Программа исследования.
7. Интервью и анкетирование в социологии и журналистике.
8. Анализ документа. Метод контекст – анализа.
9. Социологическое и журналистическое наблюдение.
10. Эксперимент как метод социологии, журналистики и рекламы.
11. Исследование аудитории и общественного мнения.
12. Маркетинговые исследования.
13. Изучение журналистического коллектива и личности журналиста.
14. Социология средств массовой информации за рубежом.
15. Социологическая информация в арсенале редакции и журналиста.
16. Социологическая служба редакции.
17. Черты социологического мышления.
18. Центры изучения общественного мнения в России. Медиаметрические службы.

19. Основные парадигмы функционирования массовых коммуникаций.
20. Предметные области социологии и журналистики.
21. Социологическая теория функционирования массовых коммуникаций.
22. Социологическое обоснование при определении типа издания и его программы.
23. Исследования общественного мнения.
24. Изучение эффективности СМИ.
25. Исследование и расследование в журналистике.
26. Социологические публикации в прессе.
27. История социологии журналистики.