

МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ  
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«ВОРОНЕЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»  
(ФГБОУ ВО «ВГУ»)

УТВЕРЖДАЮ  
Заведующий кафедрой  
связей с общественностью, рекламы и дизайна

проф. В.В. Тулупов  
18.04.2024

### РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.0.17. Социология журналистики

**1. Шифр и наименование направления подготовки/специальности:**

42.03.04 Телевидение

**2. Профиль подготовки/специализации:** теледокументалистика

**3. Квалификация (степень) выпускника:** бакалавр

**4. Форма образования:** очная

**5. Кафедра, отвечающая за реализацию дисциплины:** связей с общественностью, рекламы и дизайна

**6. Составители программы:** Красова Елена Юрьевна, к.ист.н., доцент

**7. Рекомендована:** Научно-методическим советом факультета журналистики, 18.04.2024 г. протокол № 7

**8. Учебный год:** 2026/2027                      **Семестр:** 5

**9. Цели и задачи учебной дисциплины:** формирование у студентов представлений о теоретических и прикладных особенностях социологического знания: закономерностях функционирования социальных институтов и социальных групп в обществе, выработке умений и навыков организации и проведения социологических исследований рынка масс-медиа, владение прикладными методами исследования.

Задачи учебной дисциплины:

- сформировать у студентов знания о социальных институтах и социальных группах, о сущности общественного мнения, функционировании его институтов;
- сформировать знания методологии прикладных исследований массовой коммуникации;
- выработать у студентов умения и навыки применения количественных методов исследования аудитории СМИ;
- выработать умения и навыки применения качественных методов исследования восприятия сообщений масс-медиа;
- выработать умения и навыки применения контент-анализа к исследованию массовой коммуникации.

**10. Место учебной дисциплины в структуре ООП:**

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП: дисциплина относится к обязательной части рабочего учебного плана подготовки специалистов по направлению 42.03.04 «Телевидение», про-

фильм «Теледокументалистика». Предшествующей дисциплиной является «Психология личности и ее саморазвитие», последующими – «Конфликтология и медиасфера».

**11. Планируемые результаты обучения по дисциплине/модулю (знания, умения, навыки), соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы (компетенциями выпускников):**

Код	Название компетенции	Код(ы)	Индикатор(ы)	Планируемые результаты обучения
ОПК-4	ОПК-4 – способность отвечать на запросы общества и аудитории в профессиональной деятельности	ОПК-4.1 ОПК-4.2	ОПК-4.1. Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп ОПК-4.2. Учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании телевизионных и мультимедийных продуктов	знать: закономерности и особенности функционирования социальных институтов и социальных групп, общественного мнения, методологию социологического исследования проблем журналистики уметь: использовать методику и технику социологических исследований, анализировать полученные данные; владеть: навыками использования прикладных методов изучения аудитории СМИ, восприятия сообщений потребителями информации

**12. Объем дисциплины в зачетных единицах/часах в соответствии с учебным планом — 4 ЗЕТ/ 144 часов.**

**Форма промежуточной аттестации(зачет/экзамен) экзамен**

**13. Трудоемкость по видам учебной работы:**

Вид учебной работы		Трудоемкость			
		Всего	По семестрам		
			5 семестр	№ семестра	...
Контактная работа		64	64		
В том числе:	лекции	32	32		
	практические	32	32		
Самостоятельная работа		44	44		
Промежуточная аттестация		36	36		
Итого:		144	144		

**13.1 Содержание дисциплины:**

п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела дисциплины	Реализация раздела дисциплины с помощью онлайн-курса, ЭУМК *
<b>1. Лекции</b>			
1	Социология журналистики как область знания	1. Предмет социологии журналистики 2. Основные категории социологии в контексте журналистики	ЭУМК «Социология журналистики»
2	Социальные проблемы личности в современном обществе и СМИ	1. Личность: понятие и теоретические объяснения 2. Социальные статусы и роли 3. СМИ как фактор социализации личности	ЭУМК «Социология журналистики»

3	Социальная структура общества и журналистика	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Социальная структура и социальная стратификация</li> <li>2. Малые социальные группы и аудитории в медиа коммуникации</li> <li>3. Социально-стратификационные процессы в современной России и их отражение в контенте СМИ</li> </ol>	ЭУМК «Социология журналистики»
4	Национально-этнические общности и отношения: презентация в СМИ	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Этнос: сущность и основные категории</li> <li>2. Модели межэтнических отношений и их характеристика</li> <li>3. Национальный характер и СМИ</li> <li>4. Этнический маркетинг и его характеристика</li> </ol>	ЭУМК «Социология журналистики»
5	Общественное мнение и история его изучения	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Общественное мнение как коллективное оценочное суждение и социальный институт</li> <li>2. Зарождение и развитие деятельности по изучению общественного мнения за рубежом</li> <li>3. Институты изучения общественного мнения в современной России</li> </ol>	ЭУМК «Социология журналистики»
6	Методология прикладных социологических исследований в области журналистики	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Методологические традиции в исследованиях СМИ и достоверность данных</li> <li>2. Программа исследования и ее содержание <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Выборочная процедура исследования: сущность и типология</li> </ol> </li> </ol>	ЭУМК «Социология журналистики»
7	Количественные методы исследования проблем в журналистской деятельности и их разновидности	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Достоинства и ограничения опросных методов исследования</li> <li>2. Опрос: виды, принципы и правила</li> <li>3. Способы измерения телеаудитории</li> </ol>	ЭУМК «Социология журналистики»
8	Глубинное и групповое интервью в исследовании аудитории СМИ	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Специфика качественных методов в исследовании проблем журналистской деятельности</li> <li>2. Глубинное интервью: виды, правила и процедура</li> <li>3. Групповые интервью, их разновидности, применение в исследовании аудитории СМИ</li> <li>4. Качества интервьюера и модератора</li> </ol>	ЭУМК «Социология журналистики»
9	Проективные техники в изучении восприятия потребителями сообщений СМИ и рекламы	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Проективные техники: сущность, типология, особенности применения.</li> <li>2. Правила использования проекций</li> <li>3. Возможности использования проективных приемов в маркетинговых исследованиях СМИ</li> </ol>	ЭУМК «Социология журналистики»
10	Наблюдение и эксперимент в изучении поведения потребителей информации	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Наблюдение: специфика, виды, достоинства и ограничения</li> <li>2. Возможности применения наблюдения в исследованиях СМИ и журналистской деятельности</li> <li>3. Эксперимент как метод изучения медиавоздействия: логика, требования, виды и модели</li> <li>4. Экспериментальные исследования в сфере массовой коммуникации</li> </ol>	ЭУМК «Социология журналистики»
11	Контент-анализ документов в арсенале журналистских исследований	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Контент-анализ: сущность метода и история его использования</li> <li>2. Возможные направления контент-анализа СМИ</li> <li>3. Условия осуществления контент-анализа</li> <li>4. Разработка классификатора контент-анализа медиатекстов</li> </ol>	ЭУМК «Социология журналистики»
2. Практика			
1	Социология журналистики как область	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Предмет социологии журналистики</li> <li>2. Основные категории социологии в контексте</li> </ol>	ЭУМК «Социология журналистики»

	знания	сте журналистики	журналисти-ки»
2	Социальные проблемы личности в современном обществе и СМИ	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Личность: понятие и теоретические объяснения</li> <li>2. Социальные статусы и роли</li> <li>3. СМИ как фактор социализации личности</li> </ol>	ЭУМК «Социология журналистики»
3	Социальная структура общества и журналистика	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Социальная структура и социальная стратификация</li> <li>2. Малые социальные группы и аудитории в медиа коммуникации</li> <li>3. Социально-стратификационные процессы в современной России и их отражение в контенте СМИ</li> </ol>	ЭУМК «Социология журналистики»
4	Национально-этнические общности и отношения: презентация в СМИ	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Этнос: сущность и основные категории</li> <li>2. Модели межэтнических отношений и их характеристика</li> <li>3. Национальный характер и СМИ</li> <li>4. Этнический маркетинг и его характеристика</li> </ol>	ЭУМК «Социология журналистики»
5	Общественное мнение и история его изучения	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Общественное мнение как коллективное оценочное суждение и социальный институт</li> <li>2. Зарождение и развитие деятельности по изучению общественного мнения за рубежом</li> <li>3. Институты изучения общественного мнения в современной России</li> </ol>	ЭУМК «Социология журналистики»
6	Методология прикладных социологических исследований в области журналистики	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Методологические традиции в исследованиях СМИ и достоверность данных</li> <li>2. Программа исследования и ее содержание</li> <li>3. Выборочная процедура исследования: сущность и типология</li> </ol>	ЭУМК «Социология журналистики»
7	Количественные методы исследования проблем в журналистской деятельности и их разновидности	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Достоинства и ограничения опросных методов исследования</li> <li>2. Опрос: виды, принципы и правила</li> <li>3. Способы измерения теле- радио- интернет аудитории</li> </ol>	ЭУМК «Социология журналистики»
8	Глубинное и групповое интервью в исследовании аудитории СМИ	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Специфика качественных методов в исследовании проблем журналистской деятельности</li> <li>2. Глубинное интервью: виды, правила и процедура</li> <li>3. Групповые интервью, их разновидности, применение в исследовании аудитории СМИ</li> <li>4. Качества интервьюера и модератора</li> </ol>	ЭУМК «Социология журналистики»
9	Проективные техники в изучении восприятия потребителями сообщений СМИ и рекламы	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Проективные техники: сущность, типология, особенности применения.</li> <li>2. Правила использования проекций</li> <li>3. Возможности использования проективных приемов в маркетинговых исследованиях СМИ</li> </ol>	ЭУМК «Социология журналистики»
10	Наблюдение и эксперимент в изучении поведения потребителей информации	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Наблюдение: специфика, виды, достоинства и ограничения</li> <li>2. Возможности применения наблюдения в исследованиях СМИ и журналистской деятельности</li> <li>3. Эксперимент как метод изучения медиавоздействия: логика, требования, виды и модели</li> <li>4. Экспериментальные исследования в сфере массовой коммуникации</li> </ol>	ЭУМК «Социология журналистики»
11	Контент-анализ документов в арсенале журналистских исследований	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Контент-анализ: сущность метода и история его использования</li> <li>2. Условия осуществления контент-анализа</li> <li>3. Разработка классификатора контент-анализа медиатекстов</li> </ol>	ЭУМК «Социология журналистики»

### 13.2. Темы (разделы) дисциплины и виды занятий

№ п/п	Наименование раздела дисциплины				
		Лекции	Практические	Самостоятельная работа	Всего
1	Социология журналистики как область знания	3	2	4	9
2	Социальные проблемы личности в современном обществе и СМИ	2	2	4	8
3	Социальная структура общества и журналистика	2	2	4	8
4	Национально-этнические общности и отношения: презентация в СМИ	2	2	4	8
5	Общественное мнение и история его изучения	4	4	4	12
6	Методология прикладных социологических исследований в области журналистики	4	4	4	12
7	Количественные методы исследования проблем в журналистской деятельности и их разновидности	4	4	4	12
8	Глубинное и групповое интервью в исследовании аудитории СМИ	3	4	4	11
9	Проективные техники в изучении восприятия потребителями сообщений СМИ и рекламы	2	2	4	8
10	Наблюдение и эксперимент в изучении поведения потребителей информации	2	2	4	8
11	Контент-анализ документов в арсенале журналистских исследований	4	4	4	12
	Экзамен				36
	Итого:	32	32	44	144

### 14. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Самостоятельная работа студентов является важной составляющей в подготовке будущего бакалавра. Самостоятельная работа должна быть системной и проходить в тесном контакте с преподавателем. Она предполагает максимальную заинтересованность студентов в усвоении дисциплины, их творческую инициативу, умение планировать личное время.

Систематизированные основы научных знаний по изучаемой дисциплине закладываются на лекционных занятиях, посещение которых обязательно для обучающихся. В ходе лекции они внимательно следят за ходом изложения материала лектора, аккуратно ведут конспект. Конспектирование лекции – одна из форм активной самостоятельной работы, требующая навыков и умений кратко, системно, последовательно и логично формулировать положения тем. Культура записи лекции – важнейший фактор успешного и творческого овладения материалом по узловым вопросам изучаемой дисциплины. Неясные моменты выясняются в конце занятия в отведенное на вопросы время. Рекомендуется в кратчайшие сроки после ее прослушивания проработать материал, а конспект дополнить и откорректировать. Последующая работа над текстом лекции воспроизводит в памяти ее содержание, позволяет дополнить запись, выделить главное, творчески закрепить материал в памяти.

Помимо текстов лекции студенты должны обращаться к учебникам, учебным пособиям, интернет-словарям. Для обеспечения полноценной самостоятельной работы студентов автором рабочей программы было разработано учебно-методическое пособие: Красова Е.Ю. Социология рекламной деятельности / Е.Ю. Красова // Реклама: история, теория и практика / под. ред. В.В. Тулупова. – Т.ІУ. – Воронеж: Факультет журналистики ВГУ, 2010. – С.46-79; Красова Е.Ю. Социология журналистики: учебно-методическое пособие. – Воронеж: Факультет журналистики ВГУ, 2018. – 91 с. В них раскрыта специфика прикладных методов исследования массовой коммуникации, предложены образцы инструментария исследований.

Самостоятельная работа во время аудиторных занятий направлена на выполнение контрольной и стимулирующей функции.

Основное внимание при самостоятельной работе следует уделять выработке у будущих бакалавров практических навыков организации и проведения социологических исследований. Студенты выполняют творческие проекты, разрабатывая учебную Программу исследования, осваивая специфику создания инструментария опроса, проективных техник и контент-анализа в области журналистской деятельности.

Во время дистанционного обучения студенты работают в Электронном университете ВГУ образовательном портале, обращаются к электронному учебно-методическому комплексу: Красова Е.Ю. Социология журналистики: учебно-методический комплекс. – Режим доступа: <https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=16943>. В его содержание входит рабочая программа дисциплины, тексты лекций, глоссарий, проблемные задания, инструкции к творческим проектам, Приложения, в которых помещены примерные образцы для выполнения заданий.

#### 15. Перечень основной и дополнительной литературы, ресурсов интернет, необходимых для освоения дисциплины

а) основная литература:

№ п/п	Источник
1	Красова Е.Ю. Социология журналистики: учебно-методическое пособие. – Воронеж: Факультет журналистики ВГУ, 2018. – 91 с.
2	Красова Е.Ю. Контент-анализ в арсенале исследований рекламы и связей с общественностью. – Воронеж: Изд. Дом ВГУ, 2016. - 70 с. – Режим доступа: <a href="http://www.lib.vsu.ru/elib/texts/method/vsu/m16-273.pdf">http://www.lib.vsu.ru/elib/texts/method/vsu/m16-273.pdf</a> .

б) дополнительная литература:

№ п/п	Источник
3	Баранова Е.В. Социология массовой коммуникации / Е.В. Баранова. – Минск: Вышэйша школа, 2012. – 176 с. – Режим доступа: <a href="https://biblioclub.lib.vsu.ru/index.php?page=book&amp;id=136231&amp;sr=1">https://biblioclub.lib.vsu.ru/index.php?page=book&amp;id=136231&amp;sr=1</a> .
4	Вартанова Е.Л. Об актуальности и проблемах количественных исследований российских медиа / Е.Л. Вартанова, С.С. Смирнов // Вестник Томского государственного университета. Сер. Филология. – 2018. – Режим доступа: <a href="https://cyberleninka.ru/article/n/ob-aktualnosti-i-problemah-kolichestvennyh-issledovaniy-rossiyskih-media">https://cyberleninka.ru/article/n/ob-aktualnosti-i-problemah-kolichestvennyh-issledovaniy-rossiyskih-media</a> .
5	Дмитриев И. Контент-анализ: сущность, задачи, процедуры / И. Дмитриев. – Режим доступа: <a href="http://www.psyfactor.org/lib/k-a.htm">http://www.psyfactor.org/lib/k-a.htm</a> .
6	Красова Е.Ю. Социология массовой коммуникации / Е.Ю. Красова // Реклама и связи с общественностью: теория и практика: учеб. пособие для студентов вузов / Е.В. Маслова, Е.Ю. Красова, М.Е. Новичихина и др.; под ред. В.В. Тулупова. – Воронеж: Изд.дом ВГУ, 2015. – С.14-31.
7	Красова Е.Ю. Мозаика социологических исследований (региональная вопросно-ответная коммуникация) / Е.Ю. Красова. – Воронеж: Ф-тет журналистики ВГУ, 2009. – 2009. – 198 с. – Режим доступа: <a href="https://search.rsl.ru/ru/record/01004273877">https://search.rsl.ru/ru/record/01004273877</a> .
8	Питерова А.Ю. Рейтинги СМИ: технологии и особенности составления / А.Ю. Питерова // Наука. Общество. Государство. – 2015 – Режим доступа: <a href="https://cyberleninka.ru/article/n/rejtingi-smi-tehnologii-i-osobennosti-sostavleniya">https://cyberleninka.ru/article/n/rejtingi-smi-tehnologii-i-osobennosti-sostavleniya</a> .

в) базы данных, информационно-справочные и поисковые системы:

№ п/п	Источник
23	Сводный каталог библиотек г. Воронежа. – Режим доступа: <a href="http://www.biblio.vrn.ru">http://www.biblio.vrn.ru</a> .
24	Полнотекстовая база «Университетская библиотека» – образовательный ресурс. – режим доступа: <a href="http://www.biblioclub.ru">http://www.biblioclub.ru</a> .
25	Электронный каталог Научной библиотеки Воронежского государственного университета. – Режим доступа: <a href="http://www.lib.vsu.ru/">http://www.lib.vsu.ru/</a> .
26	Красова Е.Ю. Социология журналистики: учебно-методический комплекс. – Режим доступа: <a href="https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=16943">https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=16943</a> .

#### 16. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы

№ п/п	Источник
1	Красова Е.Ю. Социология рекламной деятельности / Е.Ю. Красова // Реклама: история,

	теория и практика / под. Ред. В.В. Тулупова. – Т.ІУ. – Воронеж: Факультет журналистики ВГУ, 2010. – С.46-79.
2	Красова Е.Ю. Социология массовой коммуникации: Реклама и связи с общественностью: теория и практика: учеб. пособие для студентов вузов / Е.В. Маслова, Е.Ю. Красова, М.Е. Новичихина и др.; под ред. В.В. Тулупова. – Воронеж: Изд.дом ВГУ, 2015. – С.14-31.
3	Красова Е.Ю. Социология журналистики: учебно-методическое пособие. – Воронеж: Факультет журналистики ВГУ, 2018. – 91 с.
4	Красова Е.Ю. Этнос в социальном пространстве современного общества / Е.Ю. Красова. – Воронеж: Истоки, 2010. – 183 с.
5	Красова Е.Ю. Социология журналистики: учебно-методический комплекс. – Режим доступа: <a href="https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=16943">https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=16943</a> .

**17. Образовательные технологии, используемые при реализации учебной дисциплины, включая дистанционные образовательные технологии (ДОТ), электронное обучение (ЭО), смешанное обучение):**

При реализации дисциплины проводятся различные типы лекций (вводная, обзорная и т.д.), практические занятия (проблемные, дискуссионные, творческие), применяются дистанционные образовательные технологии в части освоения лекционного материала, проведения текущей аттестации, самостоятельной работы по дисциплине или отдельным ее разделам и т.д. Электронный учебно-методический комплекс Красова Е.Ю. Социология журналистики. – Режим доступа: <https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=16943>.

**18. Материально-техническое обеспечение дисциплины:**

1. Аудитории для проведения занятий лекционного типа. Типовое оснащение, оборудование: мультимедиапроектор View Sonic; ПК (i5/4Gb/HDD 1Tb); экран настенный с электроприводом CS 244\*244; акустическая система BEHRINGER B115D, микшер UB 1204 FX, микрофон B-1. Программное обеспечение: WinPro 8 RUS Upgrd OLP NL Acdmc; OfficeSTD 2013 RUS OLP NL Acdmc; неисключительные права на ПО Dr. Web Enterprise Security Suite, комплексная защита Dr. Web Desktop Security Suite + Центр управления на 12 месяцев, 1400 ПК (Продление)

2. Аудитории для проведения занятий семинарского типа, текущего контроля и промежуточной аттестации. Типовое оснащение, оборудование: мультимедиапроектор BenQ, экран настенный CS 244\*244; переносной ноутбук 15\*Packerd Bell. Программное обеспечение: WinPro 8 RUS Upgrd OLP NL Acdmc; OfficeSTD 2013 RUS OLP NL Acdmc; неисключительные права на ПО Dr. Web Enterprise Security Suite, комплексная защита Dr. Web Desktop Security Suite + Центр управления на 12 месяцев, 1400 ПК (Продление).

3. Аудитории для самостоятельной работы студентов. Используются компьютерные классы: ауд. 115 (Воронеж, ул. Хользунова, 40-а). Типовое оснащение, оборудование: мультимедиапроектор BenQ MX511; экран настенный CS 244\*244; интерактивная доска Promethean, ПК (i5/4Gb/HDD 1Tb) (11 шт.); ауд. 126 (Воронеж, ул. Хользунова, 40-а). Типовое оснащение, оборудование: мультимедиапроектор BenQ MX511; ПК (Razer 5/4Gb/1Tb) (10 шт.); экран настенный CS 244\*244, интерактивная доска Promethean.

Программное обеспечение: WinPro 8 RUS Upgrd OLP NL Acdmc; OfficeSTD 2013 RUS OLP NL Acdmc; неисключительные права на ПО Dr. Web Enterprise Security Suite, комплексная защита Dr. Web Desktop Security Suite + Центр управления на 12 месяцев, 1400 ПК (Продление) СПС «ГАРАНТ-Образование». Свободный доступ в интернет.

**19. Оценочные средства для проведения текущей и промежуточной аттестаций**

Порядок оценки освоения обучающимися учебного материала определяется содержанием следующих разделов дисциплины:

№ п/п	Наименование раздела дисциплины (модуля)	Компетенция(и)	Индикатор(ы) достижения компетенции	Оценочные средства
1.	1-11 темы	ОПК-4	ОПК-4.1 ОПК-4.2	Устный опрос Творческий проект Доклад Контрольная работа
Промежуточная аттестация форма контроля - зачет				Перечень вопросов Практическое задание

**20 Типовые оценочные средства и методические материалы, определяющие процедуры оценивания**

## 20.1 Текущий контроль успеваемости

Контроль успеваемости по дисциплине осуществляется с помощью следующих оценочных средств:

Практикоориентированные задания/домашние задания

### Устный опрос

#### Тема 2. «Социальные проблемы личности в современном обществе и СМИ»

1. Что собой представляет феномен человека и личности
2. Каковы теоретико-методологические подходы к личности
3. Как вы понимаете социальные статусы и роли, ролевое поведение личности.
4. Какова область знаний социальной журналистики
5. Какие специфические особенности включает социальная роль журналиста
6. Что собой представляет процесс социализации и девиантное поведение личности
7. В чем состоит роль СМИ как фактора социализации личности

#### Тема 6. «Методология прикладных исследований в области журналистики»

1. Каково место социологических исследований в журналистской деятельности?
2. Какова специфика методологии социологических исследований аудитории телевидения и восприятия сообщений?
3. Каковы условия получения достоверной информации в прикладных исследованиях?
4. Как можно классифицировать методы прикладного исследования, используемые в сфере журналистской деятельности?
5. Какие модели выборочной совокупности исследования применяются в изучении аудитории телевидения и ее реакций на информацию?

#### Тема 10. «Наблюдение и эксперимент в изучении поведения потребителей информации»

1. Назовите качественно-количественные методы изучения и приведите соответствующие примеры.
2. Какова роль эксперимента в прикладных исследованиях в области журналистики?
3. Какова процедура наблюдения как метода исследований поведения потребителей информации?
4. Каковы возможности контент-анализа в исследовании массовой коммуникации?

Описание технологии проведения

На практическом занятии проводится устный опрос, в процессе которого студент отвечает на вопрос темы, аудитория задает ему вопросы, происходит обсуждение проблемы.

Критерии оценивания:

Оценки «отлично» заслуживает студент, который обнаруживает систематические и глубокие знания учебного материала, владеет базовыми понятиями, свободно отвечает на вопросы темы; проявляет творческие способности в изложении, понимании программного материала, способен преломлять теоретические знания к практике будущей профессиональной деятельности тележурналиста.

Оценки «хорошо» заслуживает студент, который обнаруживает полное знание учебного материала, ориентируется в базовых понятиях, успешно отвечает на вопрос темы, освоил основные закономерности курса в их значении для приобретаемой профессии, в целом способен преломлять теоретические знания к практике будущей профессиональной деятельности тележурналиста.

Оценки «удовлетворительно» заслуживает студент, который обнаруживает знание основного учебного материала, справляется с ответом на вопрос, но допускает погрешности в ответах, а также испытывает затруднения в соотношении теоретических знаний с практикой будущей профессиональной деятельности тележурналиста.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, который обнаруживает пробелы в знаниях основного учебного материала, не владеет базовыми категориями курса, не знает ответа на вопрос.

**Доклады**



## Перечень тем для докладов

### **Тема 1. «Социология журналистики как отрасль знания»**

1. Массовая коммуникация и ее процессы в XXI веке
2. Аудитория СМИ: ее разновидности и особенности
3. Роль социологии в изучении явлений и процессов массовой коммуникации
4. Опыт социологического исследования редакционных коллективов и журналистов в России и за рубежом
5. Социологический подход в проектировании электронных СМИ
6. Требования к публикациям социологических данных в СМИ

### **Тема 4. «Национально-этнические общности и отношения: презентация в СМИ»**

1. Этнический парадокс современности: причины и следствия
2. Этническая толерантность/интолерантность и контент СМИ
3. Характерные особенности межнациональные отношения в современной России и их отражение в материалах СМИ
4. Этническое меньшинство и его социальный статус в полиэтническом государстве
5. Современное полиэтническое государство: принципы построения, разновидности
6. Дискуссионные проблемы в исследованиях феномена национального характера
7. Особенности русского национального характера, влияющие на коммуникативное поведение

### **Тема 5. «Общественное мнение и история его изучения»**

1. Общественное мнение как социальный институт
2. Лидеры мнений: понятие и типология
3. История изучения общественного мнения за рубежом
4. История изучения общественного мнения в России
5. Методы изучения телеаудитории, применяемые медиаметрическими организациями.

Описание технологии проведения

На практическом занятии студенты представляют доклады по теме. Аудитория задает вопросы. Происходит обсуждение проблемы

Критерии оценивания:

Оценки «отлично» заслуживает студент, который обнаруживает систематические и глубокие знания учебного материала, владеет базовыми понятиями, свободно излагает проблему; проявляет творческие способности в дискуссии, способен преломлять теоретические знания к практике будущей профессиональной деятельности тележурналиста.

Оценки «хорошо» заслуживает студент, который обнаруживает полное знание учебного материала, ориентируется в базовых понятиях, успешно излагает проблему, освоил основные закономерности курса в их значении для приобретаемой профессии, в целом способен преломлять теоретические знания к практике будущей профессиональной деятельности тележурналиста.

Оценки «удовлетворительно» заслуживает студент, который обнаруживает знание основного учебного материала, справляется с ответом на вопросы, но допускает погрешности в ответах, испытывает затруднения в соотнесении теоретических знаний с практикой будущей профессиональной деятельности тележурналиста.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, который обнаруживает пробелы в знаниях основного учебного материала, не владеет базовыми категориями курса, не знает ответа на вопрос темы.

## **Творческие проекты**

### **Тема 7. «Количественные методы в прикладных исследованиях аудитории СМИ»**

Инструкция к творческому проекту

Студенты делятся на группы по два человека. В задачу научной группы входит оригинальная разработка элементов Программы исследования и анкеты по следующей схеме:

1. Необходимо определить и сформулировать тему предстоящего исследования. Тема должна соответствовать научным интересам студентов, иметь определенную научную и практическую значимость. Выбор темы исследования может быть обусловлен заказом на проведение такого рода работы со стороны журналистских учреждений и организаций. При выборе темы исследовательского проекта возможна оценка ее перспективности для дальнейшего развития и углубления в курсовых и дипломных работах.
2. Проблема (противоречивая ситуация) и ее актуальность
3. Цель и задачи исследования

4. Объект и предмет исследования
5. Анкета массового опроса

#### **Тема 9. «Проективные техники в изучении восприятия потребителями сообщений СМИ и рекламы»**

##### Инструкция к творческому проекту

Проект выполняется индивидуально. В задачу входит оригинальная разработка элементов Программы исследования особенностей восприятия телевизионных сообщений и комплекса проективных техник по следующему схеме:

1. Необходимо определить и сформулировать тему предстоящего исследования. Тема должна соответствовать научным интересам студентов, иметь определенную научную и практическую значимость. Выбор темы исследования может быть обусловлен заказом на проведение такого рода работы со стороны журналистских учреждений и организаций. При выборе темы исследовательского проекта возможна оценка ее перспективности для дальнейшего развития и углубления в курсовых и дипломных работах.
2. Проблема (противоречивая ситуация) и ее актуальность
3. Цель и задачи исследования
4. Объект и предмет исследования
5. Комплекс проективных методик (название вида и подвида методики, инструкция, время выполнения, неоконченные стимулы)

#### **Тема 11. «Контент-анализ в изучении материалов СМИ»**

##### Инструкция к творческому проекту

Используется учебно-методическое пособие см. Красова Е.Ю. Контент-анализ в арсенале исследований рекламы и связей с общественностью. – Воронеж: Изд. Дом ВГУ, 2016. - 70 с.

Творческий проект выполняется индивидуально. В задачу входит разработка элементов Программы контент-аналитического исследования материалов СМИ и кодировочной таблицы по следующей схеме:

1. Тема сориентирована на исследование текстов СМИ или рекламы (материалов газет, радио, телевидения, визуальных материалов, слоганов и т.п.). Тема должна соответствовать научным интересам студентов, иметь определенную научную и практическую значимость. Выбор темы исследования может быть обусловлен заказом на проведение такого рода работы со стороны журналистских учреждений и организаций. При выборе темы исследовательского проекта возможна оценка ее перспективности для дальнейшего развития и углубления в курсовых и дипломных работах.
2. Проблема (противоречивая ситуация) и обоснование ее актуальности
3. Цель и задачи исследования
4. Объект и предмет исследования
5. Кодировочная таблица, включающая смысловые единицы, единицы анализа и единицы счета

##### Описание технологии проведения

На практическом занятии Проект презентуется автором для аудитории, которая выступает в роли экспертного сообщества. Автор обосновывает свою концепцию и методику, которые обсуждаются экспертами.

##### Критерии оценивания:

Оценки «отлично» заслуживает студент, который обнаруживает систематические и глубокие знания методологии социологического исследования, владеет базовыми понятиями, свободно отвечает на вопросы экспертов; проявляет творческие способности в разработке инструментария предполагаемого исследования, способен преломлять теоретические знания к практике будущей профессиональной деятельности тележурналиста.

Оценки «хорошо» заслуживает студент, который обнаруживает знание методологии социологического исследования, ориентируется в базовых понятиях, успешно отвечает на вопросы экспертов, в целом способен преломлять теоретические знания к практике будущей профессиональной деятельности тележурналиста.

Оценки «удовлетворительно» заслуживает студент, который обнаруживает знание основных положений методологии социологического исследования, справляется с ответами на вопросы аудитории, однако допускает погрешности в ответах, а также испытывает затруднения в соотношении теоретических знаний с практикой будущей профессиональной деятельности тележурналиста.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, который обнаруживает пробелы в знаниях методологии социологического исследования, не способен разработать инструментарий исследования.

### Контрольные работы

#### Тема 1. Социология журналистики как область знания

Контрольная работа на тему «Проблематика социологических исследований в области журналистики»

Литература

Вартанов С.А. и др. Медиасистема в контексте развития региона: эконометрический анализ // Вестник МГУ. Сер.10. Журналистика. 2018. №6. <https://vestnik.journ.msu.ru/books/2018/6/mediasistema-v-kontekste-razvitiya-regiona-ekonometriceskiy-analiz/>.

Гильманова А.Н. Социологические методы исследования в журналистике // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2015. <https://cyberleninka.ru/article/n/sotsiologicheskie-metody-issledovaniya-v-zhurnalistike>.

Дрок Н., Лукина М.М. Профессиональные компетенции начинающих журналистов: какими их видят в будущем российские и европейские преподаватели // Вестник МГУ. Сер. 10. Журналистика. 2019. <https://vestnik.journ.msu.ru/books/2019/5/professionalnye-kompetentsii-nachinayushchikh-zhurnalistov-kakimi-ikh-vidyat-v-budushchem-rossiyskie/>.

Касаткин С.С. Методы сбора и анализа данных при мониторинге СМИ // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. 2014. <https://cyberleninka.ru/article/n/metody-sbora-i-analiza-dannyh-pri-monitoringe-smi>.

Катенева И.Г. Социальные медиа как объект исследования (рубрика «Социальные сети» журнала «Русский репортер») // Вестник Новосибирского государственного университета. Серия: История. Филология. 2017. <https://cyberleninka.ru/article/n/sotsialnye-media-kak-obekt-issledovaniya-rubrika-sotsialnye-seti-zhurnala-russkiy-reporter>.

Логунова О.С. Концепции определения и измерения интернет-аудитории // Журнал социологии и социальной антропологии. 2019. <https://cyberleninka.ru/article/n/kontseptsii-opredeleniya-i-izmereniya-internet-auditorii>.

Нигматуллина К.Р. Профессиональная культура журналиста: поиск общих подходов в западных и российских исследованиях // Вестник МГУ. 2019. №3.

Олешко В.Ф., Олешко Е.В. Особенности профессиональной культуры журналиста цифровой эпохи // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2019. <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-professionalnoy-kultury-zhurnalista-tsifrovoy-epohi>.

Олешко В.Ф. Социальная журналистика: какой она должна быть в информационную эпоху? // Вестник Челябинского государственного университета. 2012. <https://cyberleninka.ru/article/n/sotsialnaya-zhurnalistika-kakoy-ona-dolzha-byt-v-informatsionnuyu-epohu>.

Питерова А.Ю. Взаимодействие СМИ и общества: основные модели и концепции // Наука. Общество. Государство. 2015. <https://cyberleninka.ru/article/n/vzaimodeystvie-smi-i-obschestva-osnovnye-modeli-i-kontseptsii>.

Питерова А.Ю. Рейтинги СМИ: технологии и особенности составления // Наука. Общество. Государство. 2015. <https://cyberleninka.ru/article/n/rejtingi-smi-tehnologii-i-osobennosti-sostavleniya>.

Соломатин Д.Д., Соловьев В.А. Блогинг как катализатор журналистики в медиасистеме России // Вестник науки и образования. 2019. <https://cyberleninka.ru/article/n/bloging-kak-katalizator-zhurnalistiki-v-mediasisteme-rossii>.

Черевко Т.С. и др. Новости в условиях интернетизации: анализ новостного потребления студентов // Вестник МГУ. Сер. 10. Журналистика. 2018. №1. <https://vestnik.journ.msu.ru/books/2018/1/novosti-v-usloviyakh-internetizatsii-analiz-novostnogo-potrebleniya-studentov/>.

Чижик А.В. Сетевые коммуникации: вопрос влияния новых медиа на формирование общественного мнения // Коммуникология. 2017. <https://cyberleninka.ru/article/n/setevye-kommunikatsii-vopros-vliyaniya-novyh-media-na-formirovanie-obschestvennogo-mneniya>.

#### Тема 2. Общественное мнение и история его изучения

Контрольная работа на тему «Институты изучения общественного мнения в современной России и их исследования»

Литература

Воскресенская Н.Г. Медиаметрические исследования целевой аудитории: методика количественного анализа: учебно-методическое пособие / Н.Г. Воскресенская, Е.Г. Фирулина. – Нижний Новгород: Нижегородский университет, 2014. – 66 с.

Дементьева К.В. Пресса и общественное мнение: учеб. пособие / К.В. Дементьев, П.Ф. Потапов. – Саранск: Изд-во Мордов. ун-та, 2012 – 140 с.

Докторов Б.З. Отцы-основатели: история изучения общественного мнения / Б.З. Докторов. – М.: Центр социал. прогнозирования, 2006. – 486 с.

Докторов Б.З. Джордж Гэллуп: «В жизни нет «среднего человека» (к 100-летию со дня рождения) / Б.З. Докторов // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные проблемы. - 2000. - № 5 (49).

Докторов Б.З. Обогащенное общественное мнение: понятие, социальная практика, опыт изучения / Б.З. Докторов // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. - 2004. - № 3.

Епархина О.В. Социология общественного мнения: учебник / О.В. Епархина. – М.: Издательский центр «Академия», 2013. – 240 с.

Кажанов О.А. Социологические проблемы изучения общественного мнения / О.А. Кажанов. – 2019. – URL: [https://studme.org/330323/sotsiologiya/sotsiologicheskie\\_problemy\\_izucheniya\\_obschestvennogo\\_mneniya](https://studme.org/330323/sotsiologiya/sotsiologicheskie_problemy_izucheniya_obschestvennogo_mneniya).

Левада Ю.А. От мнений к пониманию: Социологические очерки 1993-2000 / Ю.А. Левада. - М. : 2000. – 574 с.

Михайлов В.А. Социология общественного мнения: учебное пособие / В.А. Михайлов. – Тверь: Изд-во Твер. гос. ун-та, 2005. – 384 с.

Нозль Э. Общественное мнение. Открытие спирали молчания / Э. Нозль. - М.: Наука, 1996. – 278 с.

Федотова Л.Н. Общественное мнение как плацдарм для «связей с общественностью»: учеб. пособие / Л.Н. Федотова. – М.: Вест-Консалтинг, 2010. – 476 с.

Федотова Л.Н. Общественное мнение и журналистика: учеб. пособие / Л.Н. Федотова. – М.: Изд-во Московского ун-та, 2011. – 376 с.

Критерии оценивания:

Оценки «отлично» заслуживает студент, который обнаруживает систематические и глубокие знания материала темы, владеет базовыми понятиями, свободно излагает проблему; способен преломлять теоретические знания к практике будущей профессиональной деятельности тележурналиста.

Оценки «хорошо» заслуживает студент, который обнаруживает полное знание материала темы, ориентируется в базовых понятиях, успешно излагает проблему, освоил основные закономерности темы в их значении для приобретаемой профессии, в целом способен преломлять теоретические знания к практике будущей профессиональной деятельности тележурналиста.

Оценки «удовлетворительно» заслуживает студент, который обнаруживает знание основного материала, справляется с темой контрольной работы, но допускает погрешности, испытывает затруднения в соотношении теоретических знаний с практикой будущей профессиональной деятельности тележурналиста.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, который обнаруживает пробелы в знаниях основного учебного материала темы.

#### Проверка остаточных знаний

Тестовая часть	
1	Какое суждение соответствует определению социологии журналистики как отрасли знания? а) наука о природе и истории массовой коммуникации б) <b>наука о воздействии СМИ на общество</b> в) теория СМИ г) наука о социальных системах
2	Подберите определение к понятию «социальная проблема»: а) главный вопрос прикладного исследования - аудитории б) <b>существующая в медиасфере противоречивая ситуация, затрагивающая интересы больших групп</b> в) цель исследования аудитории и восприятия информации потребителями г) преимущества контента
3	Чем преимущественно отличаются количественные методы исследования аудитории СМИ? а) их главная функция – изучение социально-демографических характеристик потребителей б) <b>они основаны на измерительных процедурах</b> в) они носят нестандартизированный характер г) с их помощью можно понять неосознаваемые факторы в изучении общественного мнения
4	Чем преимущественно отличаются качественные методы исследования аудитории СМИ? а) их главная функция – изучение социально-демографических характеристик потребителей

	<p>б) они основаны на измерительных процедурах  в) они носят стандартизированный характер  <b>г) с их помощью можно понять неосознаваемые факторы в изучении общественного мнения</b></p>
5	<p>Какой метод сбора социологической информации относится к опросным?  а) <b>анкетирование</b>  б) контент-анализ  в) наблюдение  г) фокус-группа</p>
6	<p>Что такое “выборочная процедура социологического исследования”?  а) выбор методов исследования  <b>б) процедура отбора единиц исследования, отражающих структуру изучаемого объекта</b>  в) процедура проведения фокус-группы  г) отбор респондентов для тестирования</p>
7	<p>Репрезентативность как одну из ключевых характеристик методологии следует понимать, как:  а) <b>свойство выборочной совокупности представлять характеристику генеральной</b>  б) наличие обратной связи с целевой аудиторией  в) направленность исследования  г) системность</p>
8	<p>Какой метод сбора социологической информации называют качественным?  а) <b>фокус-группа</b>  б) контент-анализ  в) опрос  г) использование государственной статистики</p>
9	<p>Какой метод сбора социологической информации называется проективным?  а) контент-анализ  б) наблюдение  <b>в) ассоциативный метод</b>  г) эксперимент</p>
10	<p>Подберите определение к понятию “медиапанель”.  а) <b>вид непрерывной выборки</b>  б) анкетирование  в) групповое интервью в виде дискуссии  г) ролевая игра</p>
11	<p>Что является объектом контент-анализа?  а) социальные группы  <b>б) тексты документов</b>  в) представители аудитории  г) редакционные коллективы</p>
12	<p>Для какой цели в исследовании массовой коммуникации применяются конструирующие методики?  а) изучения глубинных мотивов поведения потребителей информации  <b>б) изучения особенностей восприятия сообщений СМИ</b>  в) для измерения степени удовлетворенности контентом СМИ  г) для определения социально-демографических параметров аудитории</p>
<b>Усложненные тесты</b>	
1	<p>В структуру общественного мнения входят определенные элементы. Отберите их из приведенного перечня: события, социальные оценки, новые идеи, эмоционально-чувственные составляющие, волевые составляющие.  <b>Ответ: социальные оценки, эмоционально-чувственные составляющие, волевые составляющие.</b></p>
2	<p>Среди направлений изучения проблем массовой коммуникации выделяется сбор и анализ сведений о реальных моделях потребления информации населением. С помощью каких методов получают такие данные?  <b>Ответ: дневниковые теле-, радио- или интернет панели.</b></p>
3	<p>Какой исследовательский центр изучения общественного мнения является монополистом в измерении аудитории телевидения: Всероссийский Центр Изучения Общественного мнения (ВЦИОМ), Медиалогия, Левада-центр, Комкон, Фонд «Общественное мнение» (ФОМ), Ромир, Медиаскоп.</p>

	<b>Ответ: Медиаскоп.</b>
4	Вставьте пропущенное: «прессовый опрос предполагает... <b>Ответ: публикацию анкет в периодической печати.</b>
5	В перечне этапов социологического исследования аудитории вставьте пропущенное: 1. Разработка программы исследования 3. Проведение исследования 4. Анализ полученных данных 5. Подготовка отчета или публикации <b>Ответ: 2. пробное исследование для проверки эффективности инструментария (пилотаж).</b>
6	При определении целевой аудитории в ходе разработки Программы исследования решающее значение имеет следующий набор параметров – социально-демографические, признаки обладания, физиологические. Какого параметра не хватает? <b>Ответ: факторы образа жизни.</b>
7	Анкета опроса состоит из нескольких частей – 1. Обращение к респонденту. 2. Вопросы, с помощью которых будут решена цель и задачи. Какой части не хватает? <b>Ответ: «паспортички», включающей вопросы к личности респондента.</b>
8	Как называется область исследования аудитории и содержания СМИ или индустрия по производству стандартизированных данных? <b>Ответ: медиаметрия.</b>
9	Вам предстоит разработать программу исследования предпочтений аудитории издания. Включать ли в него следующие пункты: уточнение и интерпретация основных понятий, определение методов обработки данных? <b>Ответ: Да, включать.</b>
10	В ходе исследования аудитории медиа с помощью панельного метода может проявиться эффект «усыхание панели». Что это за эффект? <b>Ответ: потери участников панели</b>
<b>Ситуативные задания</b>	
1	Цель выборки респондентов для опроса – отвлечься от индивидуальных, случайных различий опрашиваемых и выявить социально значимые, устойчивые характеристики. Попробуйте назвать предполагаемые социально-демографические признаки респондентов при изучении методом массового опроса проблемы молодежных предпочтений в СМИ. <b>Ответ: пол, возраст, образование.</b>
2	Журналист готовит материал для своего издания, в котором необходимо отразить результаты изучения общественного мнения по данной проблематике. Однако имеющиеся данные вызывают у него сомнение в плане информированности опрошенной аудитории, они напоминают «сырое общественное мнение». Какого рода исследование необходимо для выхода из этой ситуации? <b>Ответ: опрос обогащенного общественного мнения</b>
3	Чем объясняется популярность привлечения знаменитостей в передачи, направленные на убеждение аудитории? <b>Ответ: высокий уровень доверия к сложившемуся у аудитории образу знаменитости.</b>

## 20.2. Промежуточная аттестация

Промежуточная аттестация по дисциплине осуществляется с помощью следующих оценочных средств:

### Перечень вопросов к экзамену

1. Социология журналистики как область знания и ее предмет
2. Основные категории социологии в контексте журналистики
3. СМИ как фактор социализации личности
4. Социально-стратификационные процессы в современной России и их отражение в контенте СМИ
5. Малые социальные группы и аудитории в медиа коммуникации
6. Этнический маркетинг и его характеристика
7. Национальный характер и СМИ
8. Общественное мнение как объект социологического исследования
9. История изучения общественного мнения и его институты за рубежом
10. Институты изучения общественного мнения в современной России и их деятельность
11. Методологические принципы прикладного исследования в сфере журналистской деятельности
12. Программа и выборочная процедура прикладного исследования

13. Опрос: особенности использования в прикладных исследованиях проблем журналистики
14. Медианепанель и ее использование в современных условиях
15. Медиаметрические исследования аудитории как направление социологии журналистики и информационного маркетинга
16. Глубинное интервью и его специфика в исследовании аудитории СМИ
17. Групповое интервью: сферы использования, виды, процедура
18. Проективные техники в исследованиях восприятия сообщений СМИ и рекламы
19. Эксперимент: сферы применения и методика проведения
20. Наблюдение как метод изучения поведения потребителей информации
21. Контент-анализ в арсенале социологии журналистики: природа, история применения, процедура
22. Основные требования к публикации социологической информации

#### Практические вопросы

На экзамене студент предоставляет три творческих проекта, если не отчитался в течении семестра.

#### Описание технологии проведения экзамена

Форма проведения экзамена: устный экзамен в формате ответов на вопросы экзаменационного билета. Время подготовки к ответу — 40 минут. В ходе подготовки студент пишет план-ответ на каждый вопрос экзаменационного билета.

Требования к ответу: полное раскрытие вопросов экзаменационного билета; демонстрация навыков критического мышления; отсутствие фактических ошибок при изложении ответов на вопросы экзаменационного билета; демонстрация знаний материала, непосредственно изложенного на лекциях и представленного в первоисточниках, разбираемых на практических занятиях по курсу; умение последовательно, связано излагать свои мысли.

Преподаватель может задавать студенту дополнительные уточняющие вопросы, касающиеся тем экзаменационного билета, если есть неточности, проверить три творческих проекта в случае зафиксированных пропусков занятий.

Знания, умения и навыки обучающихся при промежуточной аттестации **в форме экзамена** определяются оценками «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

При оценке знаний учитывается: понимание и степень усвоения теории курса; уровень знаний фактического материала в объеме программы; правильно формулировки основных понятий и закономерностей; логика, структура и грамотность изложения вопроса; использование примеров из монографической литературы и авторов-исследователей по данной проблеме; умение связать теорию с практическим применением; умение сделать обобщение, выводы; умение ответить на дополнительные вопросы, умение обосновать разработанный инструментарий прикладного социологического исследования.

#### **«Отлично»**

1. Глубокое и прочное усвоение знаний программного материала (умение выделять главное, существенное).
2. Исчерпывающее, последовательное, грамотное и логически стройное изложение.
3. Правильность формулировки понятий и закономерностей по данной проблеме.
4. Использование примеров из монографической литературы и тележурналистской практики.
5. Знание авторов-исследователей по данной проблеме.
6. Умение сделать вывод по излагаемому материалу.
7. Владение навыками разработки инструментария прикладного социологического исследования.

#### **«Хорошо»**

1. Достаточно полное знание программного материала.
2. Грамотное изложение материала по существу.
3. Отсутствие существенных неточностей в формулировке понятий.
4. Правильное применение теоретических положений при подтверждении примерами.
5. Умение сделать вывод.
6. Владение навыками разработки инструментария социологического исследования.

#### **«Удовлетворительно»**

1. Общие знания основного материала без усвоения некоторых существенных положений.
2. Формулировка основных понятий, но с некоторой неточностью.
3. Затруднения в приведении примеров, подтверждающих теоретические положения.

4. Слабое владение навыками разработки инструментария прикладного социологического исследования.

**«Неудовлетворительно»**

1. Незнание значительной части программного материала.
2. Существенные ошибки в процессе изложения.
3. Неумение выделить существенное и сделать вывод.
4. Незнание или ошибочные определения.
5. Отсутствие навыков разработки инструментария прикладного социологического исследования.