

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

Б1.0.24. Социология журналистики

1. Шифр и наименование направления подготовки/специальности:

56.05.05 Военная журналистика

2. Профиль подготовки/специализации: «Военно-профессиональная деятельность»

3. Квалификация (степень) выпускника: журналист

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, в том числе, военных, 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 Блок 1 обязательной части рабочего учебного плана подготовки специалистов по направлению 56.05.05 «Военная журналистика», профиль «Военная журналистика». Предшествующей дисциплиной является «Психо-

логия личности и ее саморазвитие», последующими – «Методологические проблемы современной науки», «Межэтническая журналистика».

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-3	Способен анализировать социально значимые явления и процессы, актуальные философско-мировоззренческие и естественнонаучные проблемы, применяя современные методы гуманитарных, математических и социально-экономических наук	ОПК-3.2	ОПК-3.2 Способен выявлять социальную, политическую сущность проблем, характерных для современных общественных процессов	знать: закономерности и особенности функционирования социальных институтов, социальных групп (в том числе, военных) и общественного мнения. уметь: использовать методы анализа социологических данных; владеть: навыками анализа социальных проблем общества и личности.
ОПК-7	Способен учитывать в практической деятельности специфическую роль военной аудитории в процессе производства и потребления массовой информации	ОПК-7.1 ОПК-7.2	ОПК-7.1 Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп ОПК 7.2 Учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании телевизионных и мультимедийных продуктов	знать: методологию социологического исследования проблем журналистики уметь: использовать методику и технику прикладных социологических исследований; 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 он-

			лайн-курса, ЭУМК *
1. Лекции			
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	1. Социальная структура и социальная стратификация 2. Малые социальные группы и аудитории в медиа коммуникации 3. Социально-стратификационные процессы в современной России и их отражение в контенте СМИ	ЭУМК «Социология журналистики»
4	Национально-этнические общности и отношения: презентация в СМИ	1. Этнос: сущность и основные категории 2. Модели межэтнических отношений и их характеристика 3. Национальный характер и СМИ 4. Этнический маркетинг и его характеристика	ЭУМК «Социология журналистики»
5	Общественное мнение и история его изучения	1. Общественное мнение как коллективное оценочное суждение и социальный институт 2. Зарождение и развитие деятельности по изучению общественного мнения за рубежом 3. Институты изучения общественного мнения в современной России	ЭУМК «Социология журналистики»
6	Методология прикладных социологических исследований в области журналистики	1. Методологические традиции в исследованиях СМИ и достоверность данных 2. Программа исследования и ее содержание 1. Выборочная процедура исследования: сущность и типология	ЭУМК «Социология журналистики»
7	Количественные методы исследования проблем в журналистской деятельности и их разновидности	1. Достоинства и ограничения опросных методов исследования 2. Опрос: виды, принципы и правила 3. Способы измерения телеаудитории	ЭУМК «Социология журналистики»
8	Глубинное и групповое интервью в исследовании аудитории СМИ	1. Специфика качественных методов в исследовании проблем журналистской деятельности 2. Глубинное интервью: виды, правила и процедура 3. Групповые интервью, их разновидности, применение в исследовании аудитории СМИ 4. Качества интервьюера и модератора	ЭУМК «Социология журналистики»
9	Проективные техники в изучении восприятия потребителями сообщений СМИ и рекламы	1. Проективные техники: сущность, типология, особенности применения. 2. Правила использования проекций 3. Возможности использования проективных приемов в маркетинговых исследованиях СМИ	ЭУМК «Социология журналистики»
10	Наблюдение и эксперимент в изучении поведения потребителей информации	1. Наблюдение: специфика, виды, достоинства и ограничения 2. Возможности применения наблюдения в исследованиях СМИ и журналистской деятельности 3. Эксперимент как метод изучения медиавоздействия: логика, требования, виды и модели 4. Экспериментальные исследования в сфере	ЭУМК «Социология журналистики»

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

	поведения потребителей информации	2. Возможности применения наблюдения в исследованиях СМИ и журналистской деятельности 3. Эксперимент как метод изучения медиавоздействия: логика, требования, виды и модели 4. Экспериментальные исследования в сфере массовой коммуникации	журналистики»
11	Контент-анализ документов в арсенале журналистских исследований	1. Контент-анализ: сущность метода и история его использования 2. Условия осуществления контент-анализа 3. Разработка классификатора контент-анализа медиатекстов	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	2	2	4	8
2	Социальные проблемы личности в современном обществе и СМИ	2	2	4	
3	Социальная структура общества и журналистика	2	2	4	
4	Национально-этнические общности и отношения: презентация в СМИ	2	2	4	
5	Общественное мнение и история его изучения	4	4	4	14
6	Методология прикладных социологических исследований в области журналистики	4	4	4	14
7	Количественные методы исследования проблем в журналистской деятельности и их разновидности	4	4	4	18
8	Глубинное и групповое интервью в исследовании аудитории СМИ	4	4	4	14
9	Проективные техники в изучении восприятия потребителями сообщений СМИ и рекламы	2	2	4	14
10	Наблюдение и эксперимент в изучении поведения потребителей информации	2	2	4	12
11	Контент-анализ документов в арсенале журналистских исследований	4	4	4	14
	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 воспроизво-

дит 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 разработаны учебно-методические пособия: 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. – URL: <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. – URL: http://www.lib.vsu.ru/elib/texts/method/vsu/m16-273.pdf .

б) дополнительная литература:

№ п/п	Источник
3	Баранова Е.В. Социология массовой коммуникации / Е.В. Баранова. – Минск: Вышэйша школа, 2012. – 176 с. – URL: https://biblioclub.lib.vsu.ru/index.php?page=book&id=136231&sr=1 .
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. – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/ob-aktualnosti-i-problemah-kolichestvennyh-issledovaniy-rossijskih-media .
5	Дмитриев И. Контент-анализ: сущность, задачи, процедуры / И. Дмитриев. – URL: http://www.psyfactor.org/lib/k-a.htm .
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. – URL: https://search.rsl.ru/ru/record/01004273877 .
8	Питерова А.Ю. Рейтинги СМИ: технологии и особенности составления / А.Ю. Питерова // Наука. Общество. Государство. – 2015 – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/rejtingi-smi-tehnologii-i-osobennosti-sostavleniya .
9	Фомичева И.Д. Социология СМИ: учеб. пособие / И.Д. Фомичева. – М.: Аспект Пресс, 2007. – 335 с. – URL: http://yanko.lib.ru/books/smi/fomicheva-soc_smi-2007-ann.htm .

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

№	Источник
---	----------

п/п	
10	Сводный каталог библиотек г. Воронежа. – URL: http://www.biblio.vrn.ru .
11	Полнотекстовая база «Университетская библиотека» – образовательный ресурс. – URL: http://www.biblioclub.ru .
12	Электронный каталог Научной библиотеки Воронежского государственного университета. – URL: http // www.lib.vsu.ru/ .
13	Красова Е.Ю. Социология журналистики: учебно-методический комплекс. – URL: https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=16943 .

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. Этноты в социальном пространстве современного общества / Е.Ю. Красова. – Воронеж: Истоки, 2010. – 183 с.
5	Красова Е.Ю. Социология журналистики: учебно-методический комплекс. – URL: https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=16943 .
6	Красова Е.Ю. Контент-анализ в арсенале исследований рекламы и связей с общественностью. – Воронеж: Изд. Дом ВГУ, 2016. - 70 с. – URL: http://www.lib.vsu.ru/elib/texts/method/vsu/m16-273.pdf .

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

Основой использования образовательных технологий по дисциплине выступает системно-деятельностный подход, обеспечивающий наибольшую эффективность обучения и его практико-ориентированную составляющую. В организационном отношении образовательный процесс включает фронтальную, групповую и индивидуальную работу студентов. В рамках лекционных и практических занятий используются аудиовизуальные, компьютерные технологии, проблемное и проектное 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*Pascard 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: мультиме-

диапроектор BenQ MX511; ПК (Razer 5/4Gb/1Tb) (10 шт.); экран настенный CS 244*244, интерактивная доска Promethean.

Программное обеспечение: WinPro 8 RUS Upgrd LP NL Acdm; OfficeSTd 2013 RUS OLP NL Acdmc; Неисключительные права на ПО Dr. Web Enterprise Security Suite Комплексная защита Dr. Web Desktop Security Suite; СПС «ГАРАНТ-Образование».

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.	1-5 темы	ОПК-3	ОПК-3.2	Устный опрос Доклады
2	6-11 темы	ОПК-7	ОПК-7.1 ОПК-7.2	Устный опрос Творческий проект
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. Какие специфические особенности включает социальная роль журналиста
5. Что собой представляет процесс социализации и девиантное поведение личности
6. 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. «Качественно-количественные методы изучения аудитории СМИ»

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 военного журналиста.

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 военного журналиста.

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 соотнесении теоретических знаний с практикой будущей профессиональной деятельности военного журналиста.

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
4. Этническое меньшинство и его социальный статус в полиэтничном государстве
5. Современное полиэтничное 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 военного журналиста.

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 военного журналиста.

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 военного журналиста.

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 исследования
4. Задачи
5. Предмет исследования
6. Объект исследования
7. Анкета массового опроса

Тема 10. «Качественные методы в прикладных исследованиях восприятия сообщений аудиторией СМИ»

Инструкция к творческому проекту

Проект выполняется индивидуально. В задачу входит оригинальная разработка элементов Программы исследования особенностей восприятия телевизионных сообщений и комплекса проективных техник 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 исследования
4. Задачи
5. Предмет исследования
6. Объект исследования
7. Комплекс проективных методик (задание, 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 исследования
4. Задачи
5. Предмет исследования
6. Объект исследования
7. 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 военного журналиста.

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 военного журналиста.

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 военного журналиста.

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

Проверка остаточных знаний

Тестовая часть	
1	В методологию прикладного социологического исследования входит: а) теоретические идеи б) методы исследования в) проблемы и принципы исследования
2	Подберите определение к понятию «социальная проблема»: а) главный вопрос прикладного исследования - аудитории б) существующая в медиасфере противоречивая ситуация, затрагивающая интересы больших групп в) цель исследования аудитории и восприятия информации потребителями
3	Что такое «выборочная процедура социологического исследования»? а) выбор методов исследования б) процедура отбора единиц исследования, отражающих структуру изучаемого объекта в) процедура проведения фокус-группы г) отбор респондентов для тестирования
4	Репрезентативность как одну из ключевых характеристик методологии следует понимать, как: а) свойство выборочной совокупности представлять характеристику генеральной б) наличие обратной связи с целевой аудиторией в) направленность исследования г) системность
5	Чем преимущественно отличаются количественные методы исследования аудитории массо-

	<p>вой коммуникации? а) их главная функция – изучение мотивации потребителей б) они основаны на измерительных процедурах в) они носят стандартизированный характер г) с их помощью можно понять неосознаваемые факторы в изучении общественного мнения</p>								
6	<p>Чем преимущественно отличаются качественные методы исследования рекламы? а) их главная функция – изучение мотивации потребителей б) они основаны на измерительных процедурах в) они носят стандартизированный характер г) с их помощью можно понять неосознаваемые факторы в изучении общественного мнения</p>								
7	<p>Какие методы сбора социологической информации относятся к опросным? а) анкетирование б) контент-анализ в) наблюдение г) использование государственной статистики д) формализованное интервью</p>								
8	<p>Подберите определение к понятию “панельный метод” прикладного исследования поведения потребителей информации. а) повторяющийся опрос с фиксированной выборкой и постоянным предметом б) анкетирование в) групповое интервью в виде дискуссии</p>								
9	<p>Что входит в процедуру измерения индекса потребительских настроений? а) проективные техники б) вопросы анкеты</p>								
10	<p>Что является объектом контент-анализа? а) социальные группы б) тексты документов</p>								
11	<p>При применении в исследовании проективных техник интервьюер или модератор обращается к мышлению респондентов а) образному б) логическому</p>								
12	<p>Для каких целей в исследовании массовой коммуникации применяются конструирующие методики? а) изучения глубинных мотивов поведения потребителей информации б) изучения особенностей восприятия сообщений СМИ в) для измерения степени удовлетворенности контентом СМИ.</p>								
13	<p>Что собой представляют экспрессивные методики в исследовании восприятия сообщений читателями или зрителями? а) анкетный опрос б) ролевая игра; в) психологический рисунок</p>								
14	<p>Кем был разработан метод семантического дифференциала? а) психоаналитиком З. Фрейдом б) психолингвистом Ч. Осгутом в) представителем гуманистической психологии Э. Фроммом</p>								
15	<p>Какое суждение Вы считаете правильным, а какое не соответствующим социологическим знаниям?</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="width: 60%;">Суждения</th> <th style="width: 20%;">Правильное</th> <th style="width: 20%;">Неверное</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td> а) зная коллективные реакции на определенный стимул, можно предсказывать и направлять (средствами СМИ) массовое поведение б) социальные институты семьи, политики и СМИ не являются своеобразными «фильтрами» содержания медиа </td> <td style="text-align: center;">а)</td> <td style="text-align: center;">б)</td> </tr> </tbody> </table>			Суждения	Правильное	Неверное	а) зная коллективные реакции на определенный стимул, можно предсказывать и направлять (средствами СМИ) массовое поведение б) социальные институты семьи, политики и СМИ не являются своеобразными «фильтрами» содержания медиа	а)	б)
Суждения	Правильное	Неверное							
а) зная коллективные реакции на определенный стимул, можно предсказывать и направлять (средствами СМИ) массовое поведение б) социальные институты семьи, политики и СМИ не являются своеобразными «фильтрами» содержания медиа	а)	б)							
Усложненные тесты									
16	<p>В структуру общественного мнения входят определенные элементы. Отберите их из приведенного перечня. а) события б) социальные оценки в) новые идеи</p>								

	г) эмоционально-чувственные составляющие д) волевые составляющие
17	В ходе исследования аудитории медиа с помощью панельного метода может проявиться эффект «усыхание панели». Что это за эффект? Ответ: неизбежные потери участников панели
18	Среди направлений изучения проблем журналистики выделяется сбор и анализ сведений о реальных моделях потребления информации населением. С помощью каких методов получают такие данные? Ответ: дневниковые теле-, радио- или интернет панели, в том числе с помощью специальной аппаратуры, Big Data.
19	Какие исследовательские центры изучения общественного мнения специализируются в области массовой коммуникации: Всероссийский Центр Изучения Общественного мнения (ВЦИОМ), Медиалогия, Левада-центр, Комкон, Фонд «Общественное мнение» (ФОМ), Ромир, Медиаскоп. Ответ: Медиалогия, Комкон, Ромир, Медиаскоп.
20	В перечне этапов социологического исследования аудитории вставьте пропущенное: 1. Предварительное изучение проблемы 2. Разработка программы исследования 3. Выбор методов исследования 5. Проведение исследования 6. Анализ полученной информации 7. Подготовка отчета или публикации Ответ: 4. Пробное исследование для проверки эффективности инструментария (пилотаж).
21	Как вы понимаете термин «прессовый опрос»? Ответ: метод сбора социологической информации посредством публикации анкет в периодической печати - журналах, газетах.
22	При определении целевой аудитории в ходе разработки Программы исследования решающее значение имеет следующий набор параметров – социально-демографические, признаки обладания, Физиологические. Какого параметра не хватает? Ответ: Факторы образа жизни.
23	Анкета опроса состоит из нескольких частей – 1. Обращение к респонденту. 2. Вопросы, с помощью которых будут решена цель и задачи. Какой части не хватает? Ответ: «паспортички», включающей вопросы к личности респондента.
24	Что имеется в виду в таком правиле формулирования вопроса анкеты: «Нужно уравнивать варианты за и против»? Ответ: в подсказках важно соблюдать пропорцию между положительными и отрицательными ответами, чтобы вопрос не имел внушающего характера.
25	Как называется область исследования аудитории и содержания СМИ или индустрия по производству стандартизированных данных? Ответ: медиаметрия.
26	Вам предстоит разработать программу исследования предпочтений аудитории издания. Включать ли в него следующие пункты: уточнение и интерпретация основных понятий, определение методов обработки данных? Ответ: Да, включать.
27	В чем состоит разница между видами ассоциативных техник в исследовании восприятия сообщений читателями или зрителями – «Свободные ассоциации» и «Направленные ассоциации»? Ответ: в первых ответ ничем не ограничивается, в направленных ассоциациях ограничивается заданными параметрами, например, категориями цвета, животных, героев книг и т.п.
28	Предположим Вы осуществляете контент-анализ материалов газет с целью выявления используемых приемов манипуляции сознанием читателей. Каких просчетов следует избегать? Ответ: анализ материалов опережает разработку программы, кодировочная таблица имеет недочеты, результаты не перепроверены информацией, собранной иными методами.
Ситуативные задания	
1	Журналист готовит материал для своего издания, в котором необходимо отразить результаты изучения общественного мнения по данной проблематике. Однако имеющиеся данные вызывают у него сомнения в плане информированности опрошенной аудитории, они напоминают «сырое общественное мнение». Какого рода исследование необходимо для выхода

	<p>из этой ситуации?</p> <p>Ответ: Опрос обогащенного общественного мнения, который основан на двух исследованиях – традиционном опросе и повторном в контрольной группе респондентов, которые изучили информационные материалы для осведомленности по проблеме.</p>
2	<p>На исследовательском рынке появились новые средства регистрации наблюдений, получившие название Big Data. Например, с помощью такой автоматизированной системы анализа СМИ и социальных медиа «Медиалогия» можно посчитать количество сообщений в газетах, журналах, информагентствах, блогах и других интернет-ресурсах, на телевидении и радио, где употреблялись эмоционально-насыщенные словосочетания «вера в Россию», «гордость за Россию» для того, чтобы выявить эмоциональные составляющие российской идентичности. Каковы преимущества и недостатки такого подхода?</p> <p>Ответ: преимущества состоят в большом объеме получаемых данных, быстрой их обработке и «реальном времени». Недостатки – в возможных искажениях из-за большого количества переменных и зависимости от компетенции дата-аналитика.</p>
3	<p>Пример интерпретации телеведущим новостной передачи результатов социологического исследования: по данным института Гэллага действиями американского президента месяц назад были довольны 40% опрошенных, а в это воскресенье 37%. Определите, что в этом заключении является ошибочным.</p> <p>Ответ: нельзя сравнивать и представлять такие данные в контексте динамики, так как разница между данными невелика, и может быть налицо ошибка выборки - до 5%.</p>
4	<p>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.</p> <p>Ответ: пол, возраст, образование.</p>
5	<p>Предположим, исследуется тема «Отношение молодежи к развлекательному контенту в интернет-СМИ». В чем заключается проблемная ситуация?</p> <p>Ответ: с одной стороны, развлекательный контент удовлетворяет такие потребности аудитории как получение удовольствия и позитивных эмоций, релаксация, с другой – может способствовать в случае ограничения интересов только им формированию безответственности и вседозволенности.</p>
6	<p>При исследовании аудитории интернета необходимо опираться на определенные показатели измерения. Какие показатели целесообразно использовать?</p> <p>Ответ: популярность ресурса, рост аудитории, число пользователей, ядро аудитории, новые посетители, время, проводимое на сайте за одну сессию.</p>
7	<p>Исследовательский центр компании «Делойт» изучает тенденции, сложившиеся на рынке медиапотребления. Объектом исследования являются граждане России старше 14 лет, являющиеся пользователями интернета. Какие задачи следует поставить в таком исследовании?</p> <p>Ответ: определение способов получения информации, тематических предпочтений и временных затрат, выявление уровня доверия, особенностей потребления платного контента.</p>
8	<p>Вы вошли в команду проекта «Новое специализированное информационно-аналитическое издание в регионе». Необходимо изучить особенности отношения потенциальной аудитории, интересующейся IT-сферой. Какие задачи следует поставить в таком исследовании?</p> <p>Ответ: определение мотивов обращения к IT-СМИ аудитории, установление привлекательной тематики, выявление степени приоритетности обращения к региональному изданию относительно привычных источников информации.</p>
9	<p>Чем объясняется популярность привлечения знаменитостей в передачи, направленные на убеждение аудитории?</p> <p>Ответ: высокий уровень доверия к сложившемуся у аудитории образу знаменитости транслируется и на идеи, которые предлагает селебрити.</p>
10	<p>Вам необходимо разработать анкету для оценки коммуникативной эффективности медиа-продукта. Какие вопросы вы включите в данную анкету? Будете ли использовать контрольный вопрос?</p> <p>Ответ: о внимании, интересе и частоте обращения к нему аудитории, о запоминаемости, привлекательности и убедительности контента. Контрольный вопрос: Что именно запомнилось (напишите).</p>
11	<p>Редактор издания поручил Вам осуществить контент-анализ заголовков крупных интернет-СМИ с целью выявления нарушений. Какой Вы выберете объект исследования? Какие смысловые единицы укажите в кодировочной таблице?</p> <p>Ответ: объект - массив заголовков интернет-СМИ, вошедших в ТОП-10. Смысловые</p>

	единицы: нарушение законодательства, язык вражды, сленг, ложная информация, упоминание запрещенных товаров.
12	Для количественной обработки собранных в ходе контент-анализа данных целесообразно использовать компьютерные программы, позволяющие сделать процедуру менее трудоемкой. Какие программы можно использовать? Ответ: Оружие аналитики, Ксения, МАКС, ВААЛ, АЛЕКС.

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 прикладного исследования и выборочная процедура
 13. Опрос: особенности использования в прикладных исследованиях проблем журналистики
 14. Медиапанель 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 журналистской 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.