

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  
17.04.2025

**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:** Военная журналистика

**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, 17.04.2025 г. протокол № 7

**8. Учебный год:** 2027/2028

**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 «Психология 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.<br>уметь: использовать методы анализа социологических данных;<br>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<br>ОПК-7.2 | ОПК-7.1 Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп<br>ОПК 7.2 Учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании телевизионных и мультимедийных продуктов | знать: методологию социологического исследования проблем журналистики<br>уметь: использовать методику и технику прикладных социологических исследований;<br>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 * |
|-----------|---------------------------------|-------------------------------|--------------------------------------------------------------|
| 1. Лекции |                                 |                               |                                                              |

|    |                                                                                            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |                                |
|----|--------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------|
| 1  | Социология журналистики как область знания                                                 | 1. Предмет социологии журналистики<br>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<br>2. Социальные статусы и роли<br>3. СМИ как фактор социализации личности                                                                                                                                                                                     | ЭУМК «Социология журналистики» |
| 3  | Социальная структура общества и журналистика                                               | 1. Социальная структура и социальная стратификация<br>2. Малые социальные группы и аудитории в медиа коммуникации<br>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<br>2. Модели межэтнических отношений и их характеристика<br>3. Национальный характер и СМИ<br>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<br>2. Зарождение и развитие деятельности по изучению общественного мнения за рубежом<br>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<br>2. Программа исследования и ее содержание<br>3. 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<br>2. Опрос: виды, принципы и правила<br>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<br>2. Глубинное интервью: виды, правила и процедура<br>3. Групповые интервью, их разновидности, применение в исследовании аудитории СМИ<br>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.<br>2. Правила использования проекций<br>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<br>2. Возможности применения наблюдения в исследованиях СМИ и журналистской деятельности<br>3. Эксперимент как метод изучения медиавоздействия: логика, требования, виды и модели<br>4. Экспериментальные исследования в сфере массовой коммуникации | ЭУМК «Социология журналистики» |
| 11 | Контент-анализ документов в арсенале                                                       | 1. Контент-анализ: сущность метода и история его использования                                                                                                                                                                                                                                                 | ЭУМК «Социология журналистики» |

|             |                                                                                            |                                                                                                                                                                                                                                                                     |                                |
|-------------|--------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------|
|             | журналистских исследований                                                                 | 2. Возможные направления контент-анализа СМИ<br>3. Условия осуществления контент-анализа<br>4. Разработка классификатора контент-анализа медиатекстов                                                                                                               | журналистики»                  |
| 2. Практика |                                                                                            |                                                                                                                                                                                                                                                                     |                                |
| 1           | Социология журналистики как область знания                                                 | 1. Предмет социологии журналистики<br>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<br>2. Социальные статусы и роли<br>3. СМИ как фактор социализации личности                                                                                                                                          | ЭУМК «Социология журналистики» |
| 3           | Социальная структура общества и журналистика                                               | 1. Социальная структура и социальная стратификация<br>2. Малые социальные группы и аудитории в медиа коммуникации<br>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<br>2. Модели межэтнических отношений и их характеристика<br>3. Национальный характер и СМИ<br>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<br>2. Зарождение и развитие деятельности по изучению общественного мнения за рубежом<br>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<br>2. Программа исследования и ее содержание<br>3. 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<br>2. Опрос: виды, принципы и правила<br>3. Способы измерения теле- радио- интернет аудитории                                                                                                            | ЭУМК «Социология журналистики» |
| 8           | Глубинное и групповое интервью в исследовании аудитории СМИ                                | 1. Специфика качественных методов в исследовании проблем журналистской деятельности<br>2. Глубинное интервью: виды, правила и процедура<br>3. Групповые интервью, их разновидности, применение в исследовании аудитории СМИ<br>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.<br>2. Правила использования проекций<br>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<br>2. Возможности применения наблюдения в исследованиях СМИ и журналистской деятельности<br>3. Эксперимент как метод изучения медиавоздействия: логика, требования, виды и модели                         | ЭУМК «Социология журналистики» |

|    |                                                                 |                                                                                                                                                                         |                                |
|----|-----------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------|
|    |                                                                 | 4. Экспериментальные исследования в сфере массовой коммуникации                                                                                                         |                                |
| 11 | Контент-анализ документов в арсенале журналистских исследований | 1. Контент-анализ: сущность метода и история его использования<br>2. Условия осуществления контент-анализа<br>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. Рекомендуются 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 были разработаны учебно-методические пособия: Красова Е.Ю. Социология ре-

кламной 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     | Теория и практика рекламы и связей с общественностью: учеб. пособие / под ред. В.В. Тулупова. – Воронеж: Изд. дом ВГУ, 2022. - С.65-84.                                                                                                                                         |
| 3     | 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                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|-------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 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. 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> .                                                                                                                                                       |
| 7     | 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                                                                                                                                                                                     |
|-------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 9     | Сводный каталог библиотек г. Воронежа. – Режим доступа: <a href="http://www.biblio.vrn.ru">http://www.biblio.vrn.ru</a> .                                                                    |
| 10    | Полнотекстовая база «Университетская библиотека» – образовательный ресурс. – режим доступа: <a href="http://www.biblioclub.ru">http://www.biblioclub.ru</a> .                                |
| 11    | Электронный каталог Научной библиотеки Воронежского государственного университета. – Режим доступа: <a href="http://www.lib.vsu.ru/">http://www.lib.vsu.ru/</a> .                            |
| 12    | 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 | Теория и практика рекламы и связей с общественностью: учеб. пособие / под ред. В.В. Тулупова. – Воронеж: Изд. дом ВГУ, 2022. – С.65-84.                                                                                                                                         |
| 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. – Режим доступа: <a href="https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=16943">https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=16943</a> .                                                                                    |
| 6 | 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> . |

#### **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:**

*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.

*Аудитории для проведения занятий семинарского типа, текущего контроля и промежуточной аттестации.* Типовое оснащение, оборудование: мультимедиапроектор BenQ, экран настенный CS 244\*244; переносной ноутбук 15\*Packard Bell; ПК (intel/4Gb/HDD 500Gb), Тв 55" Haier

*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. 118** (Воронеж, ул. Хользунова, 40-а). Типовое оснащение, оборудование: мультимедиапроектор BenQ, экран настенный CS 244\*244; ПК (Intel/16Gb/HDD 1Tb) (10 шт), Тв 55" Haier

**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».

#### **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 |
|-------|------------------------------------------|----------------|-------------------------------------|--------------------|
|-------|------------------------------------------|----------------|-------------------------------------|--------------------|

| № 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<br>Доклады                   |
| 2                                                  | 6-11 темы                                | ОПК-7          | ОПК-7.1<br>ОПК-7.2                  | Устный опрос<br>Творческий проект         |
| Промежуточная аттестация<br>форма контроля - зачет |                                          |                |                                     | Перечень вопросов<br>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 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 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:<br><b>а) теоретические идеи</b><br><b>б) методы исследования</b><br><b>в) проблемы и принципы исследования</b>                                                                                                                                                                                               |
| 2              | Подберите определение к понятию «социальная проблема»:<br><b>а) главный вопрос прикладного исследования - аудитории</b><br><b>б) существующая в медиасфере противоречивая ситуация, затрагивающая интересы больших групп</b><br><b>в) цель исследования аудитории и восприятия информации потребителями</b>                                                                  |
| 3              | Что такое «выборочная процедура социологического исследования»?<br><b>а) выбор методов исследования</b><br><b>б) процедура отбора единиц исследования, отражающих структуру изучаемого объекта</b><br><b>в) процедура проведения фокус-группы</b><br><b>г) отбор респондентов для тестирования</b>                                                                           |
| 4              | Репрезентативность как одну из ключевых характеристик методологии следует понимать, как:<br><b>а) свойство выборочной совокупности представлять характеристику генеральной</b><br><b>б) наличие обратной связи с целевой аудиторией</b><br><b>в) направленность исследования</b><br><b>г) системность</b>                                                                    |
| 5              | Чем преимущественно отличаются количественные методы исследования аудитории массовой коммуникации?<br><b>а) их главная функция – изучение мотивации потребителей</b><br><b>б) они основаны на измерительных процедурах</b><br><b>в) они носят стандартизированный характер</b><br><b>г) с их помощью можно понять неосознаваемые факторы в изучении общественного мнения</b> |
| 6              | Чем преимущественно отличаются качественные методы исследования рекламы?<br><b>а) их главная функция – изучение мотивации потребителей</b><br><b>б) они основаны на измерительных процедурах</b><br><b>в) они носят стандартизированный характер</b><br><b>г) с их помощью можно понять неосознаваемые факторы в изучении общественного мнения</b>                           |

|                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |            |          |
|--------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|----------|
| 7                        | Какие методы сбора социологической информации относятся к опросным?<br>а) <b>анкетирование</b><br>б) контент-анализ<br>в) наблюдение<br>г) использование государственной статистики<br>д) <b>формализованное интервью</b>                                                                                      |            |          |
| 8                        | Подберите определение к понятию “панельный метод” прикладного исследования поведения потребителей информации.<br>а) <b>повторяющийся опрос с фиксированной выборкой и постоянным предметом</b><br>б) анкетирование<br>в) групповое интервью в виде дискуссии                                                   |            |          |
| 9                        | Что входит в процедуру измерения индекса потребительских настроений?<br>а) проективные техники<br>б) <b>вопросы анкеты</b>                                                                                                                                                                                     |            |          |
| 10                       | Что является объектом контент-анализа?<br>а) социальные группы<br>б) <b>тексты документов</b>                                                                                                                                                                                                                  |            |          |
| 11                       | При применении в исследовании проективных техник интервьюер или модератор обращается к мышлению респондентов<br>а) <b>образному</b><br>б) логическому                                                                                                                                                          |            |          |
| 12                       | Для каких целей в исследовании массовой коммуникации применяются конструирующие методики?<br>а) <b>изучения глубинных мотивов поведения потребителей информации</b><br>б) <b>изучения особенностей восприятия сообщений СМИ</b><br>в) для измерения степени удовлетворенности контентом СМИ.                   |            |          |
| 13                       | Что собой представляют экспрессивные методики в исследовании восприятия сообщений читателями или зрителями?<br>а) анкетный опрос<br>б) <b>ролевая игра;</b><br>в) <b>психологический рисунок</b>                                                                                                               |            |          |
| 14                       | Кем был разработан метод семантического дифференциала?<br>а) психоаналитиком З. Фрейдом<br>б) <b>психолингвистом Ч. Осгутом</b><br>в) представителем гуманистической психологии Э. Фроммом                                                                                                                     |            |          |
| 15                       | Какое суждение Вы считаете правильным, а какое не соответствующим социологическим знаниям?                                                                                                                                                                                                                     |            |          |
|                          | Суждения                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | Правильное | Неверное |
|                          | а) зная коллективные реакции на определенный стимул, можно предсказывать и направлять (средствами СМИ) массовое поведение<br>б) социальные институты семьи, политики и СМИ не являются своеобразными «фильтрами» содержания медиа                                                                              | а)         | б)       |
| <b>Усложненные тесты</b> |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |            |          |
| 16                       | В структуру общественного мнения входят определенные элементы. Отберите их из приведенного перечня.<br>а) события<br>б) <b>социальные оценки</b><br>в) новые идеи<br>г) <b>эмоционально-чувственные составляющие</b><br>д) <b>волевые составляющие</b>                                                         |            |          |
| 17                       | В ходе исследования аудитории медиа с помощью панельного метода может проявиться эффект «усыхание панели». Что это за эффект?<br><b>Ответ: неизбежные потери участников панели</b>                                                                                                                             |            |          |
| 18                       | Среди направлений изучения проблем журналистики выделяется сбор и анализ сведений о реальных моделях потребления информации населением. С помощью каких методов получают такие данные?<br><b>Ответ: дневниковые теле-, радио- или интернет панели, в том числе с помощью специальной аппаратуры, Big Data.</b> |            |          |
| 19                       | Какие исследовательские центры изучения общественного мнения специализируются в об-                                                                                                                                                                                                                            |            |          |

|                            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|----------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                            | <p>ласти массовой коммуникации: Всероссийский Центр Изучения общественного мнения (ВЦИОМ), Медиалогия, Левада-центр, Комкон, Фонд «Общественное мнение» (ФОМ), Ромир, Медиаскоп.</p> <p><b>Ответ: Медиалогия, Комкон, Ромир, Медиаскоп.</b></p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| 20                         | <p>В перечне этапов социологического исследования аудитории вставьте пропущенное:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1.Предварительное изучение проблемы</li> <li>2.Разработка программы исследования</li> <li>3.Выбор методов исследования</li> <li>5.Проведение исследования</li> <li>6.Анализ полученной информации</li> <li>7.Подготовка отчета или публикации</li> </ol> <p><b>Ответ: 4. Пробное исследование для проверки эффективности инструментария (пилотаж).</b></p>                                                                                                                               |
| 21                         | <p>Как вы понимаете термин «прессовый опрос»?</p> <p><b>Ответ: метод сбора социологической информации посредством публикации анкет в периодической печати - журналах, газетах.</b></p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| 22                         | <p>При определении целевой аудитории в ходе разработки Программы исследования решающее значение имеет следующий набор параметров – социально-демографические, признаки обладания, Физиологические. Какого параметра не хватает?</p> <p><b>Ответ: Факторы образа жизни.</b></p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| 23                         | <p>Анкета опроса состоит из нескольких частей – 1. Обращение к респонденту. 2. Вопросы, с помощью которых будут решена цель и задачи. Какой части не хватает?</p> <p><b>Ответ: «паспортички», включающей вопросы к личности респондента.</b></p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| 24                         | <p>Что имеется в виду в таком правиле формулирования вопроса анкеты: «Нужно уравнивать варианты за и против»?</p> <p><b>Ответ: в подсказках важно соблюдать пропорцию между положительными и отрицательными ответами, чтобы вопрос не имел внушающего характера.</b></p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| 25                         | <p>Как называется область исследования аудитории и содержания СМИ или индустрия по производству стандартизированных данных?</p> <p><b>Ответ: медиаметрия.</b></p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| 26                         | <p>Вам предстоит разработать программу исследования предпочтений аудитории издания. Включать ли в него следующие пункты: уточнение и интерпретация основных понятий, определение методов обработки данных?</p> <p><b>Ответ: Да, включать.</b></p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| 27                         | <p>В чем состоит разница между видами ассоциативных техник в исследовании восприятия сообщений читателями или зрителями – «Свободные ассоциации» и «Направленные ассоциации»?</p> <p><b>Ответ: в первых ответ ничем не ограничивается, в направленных ассоциациях ограничивается заданными параметрами, например, категориями цвета, животных, героев книг и т.п.</b></p>                                                                                                                                                                                                                                             |
| 28                         | <p>Предположим Вы осуществляете контент-анализ материалов газет с целью выявления используемых приемов манипуляции сознанием читателей. Каких просчетов следует избегать?</p> <p><b>Ответ: анализ материалов опережает разработку программы, кодировочная таблица имеет недочеты, результаты не перепроверены информацией, собранной иными методами.</b></p>                                                                                                                                                                                                                                                          |
| <b>Ситуативные задания</b> |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| 1                          | <p>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?</p> <p><b>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.</b></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>                                  |

|    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|----|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|    | <b>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.</b>                                                                                                                                                                                                                                                     |
| 3  | <p>Пример интерпретации телеведущим новостной передачи результатов социологического исследования: по данным института Гэллапа действиями американского президента месяц назад были довольны 40% опрошенных, а в это воскресенье 37%. Определите, что в этом заключении является ошибочным.</p> <p><b>Ответ: нельзя сравнивать и представлять такие данные в контексте динамики, так как разница между данными невелика, и может быть налицо ошибка выборки - до 5%.</b></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><b>Ответ: пол, возраст, образование.</b></p>                                                                                                         |
| 5  | <p>Предположим, исследуется тема «Отношение молодежи к развлекательному контенту в интернет-СМИ». В чем заключается проблемная ситуация?</p> <p><b>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.</b></p>                                               |
| 6  | <p>При исследовании аудитории интернета необходимо опираться на определенные показатели измерения. Какие показатели целесообразно использовать?</p> <p><b>Ответ: популярность ресурса, рост аудитории, число пользователей, ядро аудитории, новые посетители, время, проводимое на сайте за одну сессию.</b></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><b>Ответ: определение способов получения информации, тематических предпочтений и временных затрат, выявление уровня доверия, особенностей потребления платного контента.</b></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><b>Ответ: определение мотивов обращения к IT-СМИ аудитории, установление привлекательной тематики, выявление степени приоритетности обращения к региональному изданию относительно привычных источников информации.</b></p> |
| 9  | <p>Чем объясняется популярность привлечения знаменитостей в передачи, направленные на убеждение аудитории?</p> <p><b>Ответ: высокий уровень доверия к сложившемуся у аудитории образу знаменитости транслируется и на идеи, которые предлагает селебрити.</b></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><b>Ответ: о внимании, интересе и частоте обращения к нему аудитории, о запоминаемости, привлекательности и убедительности контента. Контрольный вопрос: Что именно запомнилось (напишите).</b></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><b>Ответ: объект - массив заголовков интернет-СМИ, вошедших в ТОП-10. Смысловые единицы: нарушение законодательства, язык вражды, сленг, ложная информация, упоминание запрещенных товаров.</b></p>                                                           |
| 12 | <p>Для количественной обработки собранных в ходе контент-анализа данных целесообразно использовать компьютерные программы, позволяющие сделать процедуру менее трудоемкой. Какие программы можно использовать?</p> <p><b>Ответ: Оружие аналитики, Ксения, МАКС, ВААЛ, АЛЕКС.</b></p>                                                                                                                                                                                                        |

## 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.