

БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной работе
и образовательным инновациям

О.Н. Здрок

20 20 г.

Регистрационный № УД- 7669 /уч.

Социология аудиовизуальных медиа

Учебная программа учреждения высшего образования
по учебной дисциплине для специальности:

1-23 01 08 Журналистика

Направления специальности:

1-23 01 08-02 Журналистика (аудиовизуальная)

2019 г.

Учебная программа составлена на основе ОСВО 1-23 01 08-2013, учебного плана № Е 23-264/уч., Е23и-255/уч. от 29.05.2015.

СОСТАВИТЕЛЬ:

А.В. Посталовский, доцент кафедры телевидения и радиовещания факультета журналистики, кандидат социологических наук

РЕЦЕНЗЕНТЫ:

С.А. Морозова, заместитель директора Центра социологических и политических исследований БГУ, кандидат социологических наук, доцент

Н.Н. Сухотский, главный советник Белорусского института стратегических исследований, кандидат социологических наук

РЕКОМЕНДОВАНА К УТВЕРЖДЕНИЮ:

Кафедрой телевидения и радиовещания факультета журналистики Белорусского государственного университета (протокол № 4 от 29 ноября 2019);

Научно-методическим Советом БГУ (протокол № 3 от 3 января 2020 г.)

Заведующая кафедрой телевидения и радиовещания

А.Ю. Кузьмина

БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной работе
и образовательным инновациям

_____ О.Н. Здрок

«____» _____ 20____ г.

Регистрационный № УД-_____/уч.

Социология аудиовизуальных медиа

**Учебная программа учреждения высшего образования
по учебной дисциплине для специальности:**

1-23 01 08 Журналистика

Направления специальности:

1-23 01 08-02 Журналистика (аудиовизуальная)

2019 г.

Учебная программа составлена на основе ОСВО 1-23 01 08-2013, учебного плана № Е 23-264/уч., Е23и-255/уч. от 29.05.2015.

СОСТАВИТЕЛЬ:

А.В. Посталовский, доцент кафедры телевидения и радиовещания факультета журналистики, кандидат социологических наук

РЕЦЕНЗЕНТЫ:

С.А. Морозова, заместитель директора Центра социологических и политических исследований БГУ, кандидат социологических наук, доцент

Н.Н. Сухотский, главный советник Белорусского института стратегических исследований, кандидат социологических наук

РЕКОМЕНДОВАНА К УТВЕРЖДЕНИЮ:

Кафедрой телевидения и радиовещания факультета журналистики Белорусского государственного университета (протокол № 4 от 29 ноября 2019);

Научно-методическим Советом БГУ (протокол № 3 от 3 января 2020 г.)

Заведующая кафедрой телевидения и радиовещания

А.Ю. Кузьмина

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Цель учебной дисциплины – сформировать систематизированные знания об особенностях и специфике применения методологических приемов эмпирической социологии при изучении аудитории аудиовизуальных медиа.

Задачи учебной дисциплины:

1. Рассмотреть основные тенденции функционирования современного информационного поля.

2. Ознакомиться с методологией социологического изучения тематических предпочтений аудитории аудиовизуальных медиа.

3. Проанализировать эмпирические результаты медиапотребления национальной аудитории аудиовизуальных медиа.

Место учебной дисциплины в системе подготовки специалиста с высшим образованием.

Учебная дисциплина «Социология аудиовизуальных медиа» относится к дисциплинам компонента учреждения высшего образования, цикла социально-гуманитарных дисциплин и является дисциплиной по выбору студента.

Учебная дисциплина читается в четвертом семестре и имеет непосредственную тематическую и предметную связь с такими учебными дисциплинами как «Технологии телевидения и радиовещания», «Социология журналистики».

Требования к компетенциям

Освоение учебной дисциплины «Социология аудиовизуальных медиа» должно обеспечить формирование следующих академических, социально-личностных и профессиональных компетенций:

академические компетенции:

АК-1. Уметь применять базовые научно-теоретические знания для решения теоретических и практических задач.

АК-2. Владеть системным и сравнительным анализом.

АК-3. Владеть исследовательскими навыками.

АК-4. Уметь работать самостоятельно.

АК-6. Владеть междисциплинарным подходом при решении проблем.

социально-личностные компетенции:

СЛК-2. Быть способным к социальному взаимодействию.

СЛК-3. Обладать способностью к межличностным коммуникациям.

СЛК-5. Быть способным к критике и самокритике.

профессиональные компетенции:

ПК-20. Проводить сбор, обработку, систематизацию, актуализацию, представление, распространение, анализ и интерпретацию информации с использованием современных информационных и коммуникационных технологий.

ПК-28. Владеть методологией деятельности по сбору, обработке и распространению информации с помощью СМИ.

ПК-31. Проводить количественные и качественные исследования в различных областях социальной коммуникации.

В результате изучения данной дисциплины студент должен

знать:

- методологию эмпирических исследований аудитории аудиовизуальных медиа;
- особенности и специфику проведения социологических исследований аудитории аудиовизуальных медиа;
- актуальные тематические предпочтения аудитории аудиовизуальных медиа;

уметь:

- анализировать основные формы коммуникационной деятельности;
- формировать идеально-содержательные модели телевизионных каналов;
- анализировать эмпирические показатели тесноты связи тематических предпочтений аудитории аудиовизуальных медиа с содержанием информационной политики телеканалов и радиостанций

владеть:

- навыками анализа практики современного телевидения и радиовещания;
- методологией организации, планирования и проведения социологических исследований аудитории аудиовизуальных СМИ

Структура учебной дисциплины

Факультет	Журналистики
Форма получения высшего образования	Очная
Курс	2
Семестр	4
Всего часов по дисциплине	72
Всего аудиторных часов по дисциплине	34
Лекции	18
Семинарские	14
УСР	2
Форма текущей аттестации	зачет
Трудоемкость учебной дисциплины	2 зачетные единицы

СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОГО МАТЕРИАЛА

Тема 1. Введение в социологию аудиовизуальных медиа

Социология аудиовизуальных медиа как специальная дисциплина: понятие, объект, предмет исследования. Роль социологии в исследовании телевидения и радиовещания. Категориальный аппарат социологии аудиовизуальных медиа

Тема 2. Социологические исследования аудитории аудиовизуальных медиа

Понятие социологического исследования. Выборочный метод в социологии. Особенности и специфика организации оперативных социологических исследований. Социологические медиаисследования в Республике Беларусь.

Тема 3. Методология эмпирических исследований аудитории аудиовизуальных медиа

Эмпирические исследования аудитории: общая характеристика. Разработка инструментария массовых опросов населения. Социологический мониторинг аудиовизуальных СМИ. Телефонные опросы по технологии CATI.

Тема 4. Характеристика аудитории белорусских аудиовизуальных СМИ

Структура аудитории белорусских аудиовизуальных СМИ (по материалам многолетних эмпирических исследований). Аудитория белорусских аудиовизуальных медиа в региональном разрезе. Аудитория белорусских аудиовизуальных медиа в разрезе социально-демографических групп.

Тема 5. Особенности эмпирического изучения тематических предпочтений аудитории аудиовизуальных медиа

Общая характеристика тематических предпочтений аудитории телевидения и радиовещания. Тематические предпочтения аудитории ведущих белорусских телеканалов. Тематические предпочтения аудитории ведущих белорусских радиостанций.

Тема 6. Построение идеальных содержательных моделей аудиовизуальных медиа

Особенности построения рейтинговых замеров в социологии аудиовизуальных медиа. Идеально-содержательные модели (ИСМ) телевизионных каналов и радиостанций. Кумулятивный рейтинг популярности аудиовизуальных медиа. Рейтинг «сито». Расчет коэффициента ранговой корреляции Спирмена.

Тема 7. Направления трансформации и перспективы развития аудиовизуальных медиа в социологическом измерении

Эмпирические результаты современных социологических медиаисследований. Направления трансформации аудиовизуальных медиа. Формирование прогнозных показателей дальнейшего развития ведущих телеканалов и радиостанций в Республике Беларусь.

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Дневная форма получения образования

Порядковый номер	Название раздела, темы	Количество аудиторных часов					Количество часов УСР	Форма контроля знаний
		Лекции	Практические занятия	Семинарские занятия	Лабораторные занятия	Иное		
1	2	3	4	5	6	7	8	9
1	Введение в социологию аудиовизуальных медиа	2						Устный опрос.
2	Социологические исследования аудитории аудиовизуальных медиа	4						Устный опрос.
3	Методология эмпирических исследований аудитории аудиовизуальных медиа	4		2				Устный опрос.
4	Характеристика аудитории белорусских аудиовизуальных СМИ	2		2				Устный опрос. Реферат. Дискуссия
5	Особенности эмпирического изучения тематических предпочтений аудитории аудиовизуальных медиа	2		2				Устный опрос. Реферат. Дискуссия
6	Построение идеальных содержательных моделей аудиовизуальных медиа	2		6			2	Практическое задание
7	Направления трансформации и перспективы развития аудиовизуальных медиа в социологическом измерении	2		2				Дискуссия.

ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

Перечень основной литературы

1. Кузьмінава, А. Ю. Маладзёжная тэлеаўдыторыя ў кантэксце дзяржаўнай інфармацыйнай палітыкі : дапаможнік / А.Ю. Кузьмінава. – Мінск: БДУ, 2018. – 334 с.
2. Кузьмінава, А. Ю. Тыпалогія сучасных тэлежанраў / А. Ю. Кузьмінава // Веснік БДУ. Сер. 4. Філалогія. Журналістыка. Педагагіка. – 2016. – № 1. – С. 76–80
3. Посталовский, А. В. Национальное информационное поле в контексте вызовов и угроз современного мира: социологическое измерение : монография / А.В. Посталовский. – Минск : РИВШ, 2019. – 236 с.
4. Республика Беларусь в зеркале социологии: сборник материалов социологических исследований / Информационно-аналитический центр при Администрации Президента Республики Беларусь. – Минск: 2018 – 180 с.
4. Свитич, Л. Г. Социология журналистики : учебник для академического бакалавриата / Л. Г. Свитич. – М. : Издательство Юрайт, 2015. – 397 с. – Серия : Бакалавр. Академический курс.
5. Фомичева, И.Д. Анализ качества медиатекстов на столичных информационно-разговорных радиостанциях / И. Д. Фомичева, А. В. Вырковский, А. В. Колесниченко и др. // Вестник Санкт-Петербургского университета. Язык и литература. – 2019. – Т. 16, № 1. – С. 48–65.

Перечень дополнительной литературы

1. Касьянов, В. В. Социология массовой коммуникации : учебник для академического бакалавриата / В. В. Касьянов. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. – 221 с.
2. Литвинович, В.М. Телефонное интервью по технологии САТІ: преимущества и ограничения / В.М. Литвинович // Социологический альманах. Вып. 7. – Минск: Беларуская навука, 2016. – С. 58–67.
3. Посталовский, А.В. Основные этапы и новые тенденции развития информационного поля Республики Беларусь на современном этапе / А.В. Посталовский // Веснік МДУ імя А.А. Куляшова. Серыя Д. Эканоміка. Сацыялогія. Права. – 2017. – № 1. – С. 42–50
4. Посталовский, А.В. Оперативные социологические исследования в работе редакций региональных печатных СМИ / А.В. Посталовский, Д.Г. Ротман. – Минск : РИВШ, 2019. – 66 с.
5. Скобелев, В.Д. Медиаметрия: учебное пособие / В.Д. Скобелев. – СПб., изд. СПбГИКиТ, 2018. – 156 с.
6. Терещенко, М.С. К вопросу о классификации медиаисследований / М.С. Терещенко // Журнал Белорусского государственного университета.

Перечень рекомендуемых средств диагностики и методика формирования итоговой оценки

Оценка за ответы на лекциях (опрос) и семинарских (практических) занятиях может включать в себя полноту ответа, наличие аргументов, примеров из практики и т.д.

При оценивании реферата обращается внимание на: содержание и полноту раскрытия темы, структуру и последовательность изложения, источники и их интерпретацию, корректность оформления и т.д.

Формой текущей аттестации по дисциплине «Социология аудиовизуальных медиа» учебным планом предусмотрен зачет.

При формировании итоговой оценки используется рейтинговая оценка знаний студента, дающая возможность проследить и оценить динамику процесса достижения целей обучения. Рейтинговая оценка предусматривает использование весовых коэффициентов для текущего контроля знаний и текущей аттестации студентов по дисциплине.

Примерные весовые коэффициенты, определяющие вклад текущего контроля знаний и текущей аттестации в рейтинговую оценку:

Пример:

Формирование оценки за текущую успеваемость:

- ответы на семинарских занятиях – 25 %;
- подготовка реферата – 25 %;
- выполнение практического задания (проектная работа) – 50 %.

Рейтинговая оценка по дисциплине рассчитывается на основе оценки текущей успеваемости и зачетной оценки с учетом их весовых коэффициентов. Вес оценки по текущей успеваемости составляет 40 %, зачетная оценка – 60 %.

Примерный перечень заданий для управляемой самостоятельной работы студентов

Тема 6. Построение идеальных содержательных моделей аудиовизуальных медиа (2ч.)

Предварительный анализ и ранжирование по тематическим направлениям программы телевизионных каналов для подготовки к построению ИСМ (идеальных содержательных моделей).

(Форма контроля – отчет).

Примерная тематика семинарских занятий

Семинар № 1. Социология аудиовизуальных медиа и эмпирические исследования аудитории (темы 1-3)

1. Социология аудиовизуальных медиа: общая характеристика
2. Социологическое исследование: понятие, структура, этапы
3. Социологические медиаисследования в Беларуси
4. Разработка инструментария массовых опросов населения
5. Социологический мониторинг аудиовизуальных СМИ.

Семинар № 2. Характеристика аудитории белорусских аудиовизуальных СМИ (тема 4)

1. Аудитория СМИ: социологический аспект
2. Структура аудитории белорусских СМИ
3. Аудитория белорусских СМИ в региональном разрезе
4. Аудитория аудиовизуальных медиа в разрезе социально-демографических групп

Семинар № 3. Особенности эмпирического изучения тематических предпочтений аудитории аудиовизуальных медиа (тема 5)

1. Общая характеристика тематических предпочтений аудитории телевидения и радиовещания
2. Особенности эмпирического измерения тематических предпочтений аудитории
3. Тематические предпочтения и информационный контент аудиовизуальных медиа: аспекты соотношения

Семинар № 4. Построение идеальных содержательных моделей аудиовизуальных медиа (тема 6)

1. Расчет коэффициента ранговой корреляции Спирмена (практическое занятие)

Семинар № 5. Построение идеальных содержательных моделей аудиовизуальных медиа (тема 6)

1. Расчет коэффициента ранговой корреляции Спирмена (практическое занятие)

Семинар № 6. Построение идеальных содержательных моделей аудиовизуальных медиа (тема 6)

1. Расчет коэффициента ранговой корреляции Спирмена (практическое занятие)

Семинар № 6. Рейтинговые замеры в социологии медиа (тема 6)

1. Расчет коэффициента ранговой корреляции Спирмена (практическое занятие)

Семинар № 7. Перспективы развития аудиовизуальных медиа (тема 7)

1. Направления трансформации аудиовизуальных медиа (эссе, дискуссия)

Описание инновационных подходов и методов к преподаванию учебной дисциплины (эвристический, проективный, практико-ориентированный)

При организации образовательного процесса используется *метод учебной дискуссии*, который предполагает участие студентов в целенаправленном обмене мнениями, идеями для предъявления и/или согласования существующих позиций по определенной проблеме.

Использование метода обеспечивает появление нового уровня понимания изучаемой темы, применение знаний (теорий, концепций) при решении проблем, определение способов их решения.

Методические рекомендации по организации самостоятельной работы обучающихся

Цель работы – определение соответствия содержательной направленности информационной политики ведущих телеканалов тематическим предпочтениям аудитории белорусских аудиовизуальных СМИ (построение ИСМ – идеальная содержательная модель).

Методология – сопоставление «идеальной» содержательной модели (тематические предпочтения населения, выявленные по итогам проведения массового опроса населения Республики Беларусь) «реальной» содержательной модели (реальное содержание ТВ-программ).

Предполагаемые результаты: эмпирический показатель тесноты связи между предпочтениями аудитории и реальной информационной политикой ведущих СМИ.

Задача – сформировать «реальную» содержательную модель ведущих белорусских телеканалов (тематическая направленность телепрограмм – *то, что нам реально показывают*).

Методика построения «реальной» содержательной модели:

1) Для начала необходимо сформировать *тематический ряд* содержательной направленности информационной политики указанных преподавателем телеканалов. Содержание тематического ряда составляют следующие позиции:

Таблица 1

Новостные и информационные программы
Художественные фильмы (кроме сериалов)
Развлекательно-юмористические программы
Телевизионные сериалы
Музыкальные программы
Тематические ток-шоу
Информационно-аналитические программы
Документальные фильмы
Научно-популярные программы
Спортивные программы
Историко-культурные программы
Общественно-политические программы
Образовательные программы
Социально-экономические программы
Детские программы

2) Далее для анализа *потребуется программа ТВ-передач* телеканалов. Для проведения исследования необходима программа, продолжительность которой составляет 14 календарных дней (2 недели). Исследуемый временной период преподаватель называет на практических занятиях.

3) Студент при выполнении задания поэтапно изучает каждый день программы ТВ-передач. Основной задачей на данном этапе выступает количественная сортировка телепрограмм в тематическом ряду (см. таблицу 1). Например, в течение дня по телеканалу Х было показано 6 выпусков новостей, 2 телесериала, 1 футбольный матч, 1 музыкальный концерт, 2 документальных фильма, 1 политическое ток-шоу. Студент *фиксирует* числовые значения в графе таблицы 1: новостные и информационные программы – 4, телевизионные сериалы – 2, спортивные программы – 1, музыкальные программы – 1, документальные фильмы – 2, общественно-политические программы – 1. Аналогичным образом студент фиксирует количество тех или иных тематических программ в течение остальных дней на основании содержания ТВ-программы.

4) Сформировав количественную сортировку ТВ-программ конкретного телеканала, студент суммирует количественные значения за все семь дней по каждой тематической позиции. Например, в течение недели на телеканале Х было показано 26 информационных, 6 информационно-аналитических, 9 спортивных, 3 детских, 5 историко-культурных программ, 20 телесериалов, 8 художественных фильмов, 4 тематических ток-шоу. Студент фиксирует данные значения в таблице.

5) Далее студент производит ранжирование полученных данных, в соответствие с которым 1-е место будет занимать тематическая позиция с

наибольшим числовым значением. Например, в соответствии с полученными данными, итоговое распределение тематических позиций телеканала X будет следующим:

1. Информационные программы – 26
2. Телевизионные сериалы – 20
3. Спортивные – 9
4. Художественные фильмы – 8
5. Информационно-аналитические программы
- И т.д.

Построенный ряд в результате исследования содержания тематической направленности представляет собой «реальную» содержательную модель информационной политики конкретного телеканала (*то, что нам показывают*). Далее сформированный в процессе исследования ряд сопоставляется с реальными пожеланиями аудитории (тематический ряд, выстроенный по результатам массового опроса населения – эмпирические данные предоставляет на практическом занятии преподаватель).

Внимание! Выпуски новостей (для ТВ) продолжительностью 5-15 минут необходимо отнести к информационным программам. Вечерние итоговые выпуски новостей продолжительностью 30-60 минут – к информационно-аналитическим программам.

При построении ИСМ рассчитываются конкретные эмпирические показатели тесноты связи между содержанием материалов печатных изданий («то, что нам показывают») и реальными тематическими предпочтениями аудитории («что хотят смотреть»).

Сопоставление полученных данных осуществлялись с использованием коэффициента ранговой корреляции Спирмена. Для расчетов использовалась следующая формула:

$$r_s = 1 - \frac{6 \sum d_i^2}{l(l^2 - 1)} \quad (3),$$

где d_j – разности рангов, l – число пар рангов. Коэффициент изменяется от -1 до +1.

Возьмем, в качестве примера расчет данного рейтингового показателя для одной из газет, распространяющейся на территории Республики Беларусь. Таблица для исчисления коэффициента Спирмена по этому изданию выглядит следующим образом (см. табл. 2).

Таблица 2.

Расчет коэффициента ранговой корреляции Спирмена

Тематические направления	Ранг		Разность пар рангов	Квадрат разности рангов
	идеальная модель	реальная модель издания	d_i	d_i^2
Новостные и	1	5	-4	16

информационные программы				
Художественные фильмы	5	1	4	16
Сериалы	2	4	-2	4
Тематические ток-шоу	3	3	0	0
Музыкальные передачи	4	2	2	4
Документальные фильмы	6	7	-1	1
Спорт	7	6	1	1
				$\Sigma=42$

$$r_s = 1 - \frac{6 \cdot 42}{7(7^2 - 1)} = 1 - \frac{252}{336} = 1 - 0,75 = 0,25$$

Таким образом, коэффициент ранговой корреляции составил 0,25, что свидетельствует о низком уровне тесноты связи между идеальной моделью и реальной моделью данного телеканала. Коэффициент изменяется от 0 до 1. Показатели коэффициента ниже числового значения 0,5 рассматриваются в качестве низкого уровня тесноты связи между идеальной моделью и реальной моделью конкретного телеканала.

Темы реферативных работ

1. История возникновения социологии аудиовизуальных медиа
2. Пиплметрия как метод медиаизмерения
3. Современные медиаисследования в Республике Беларусь
4. Применение качественных методов в медиаисследованиях
5. Телефонные опросы по технологии CATI в медиаисследованиях
6. Дневниковые панельные исследования аудитории аудиовизуальных медиа
7. Телевидение в структуре национального информационного поля
8. Радиовещание в структуре национального информационного поля
9. Рейтинговые замеры в социологии СМИ: история возникновения, понятие, сущность
10. Технологии манипуляции общественным мнением посредством интерпретации рейтинговых замеров

Примерный перечень вопросов к зачету

1. Социология аудиовизуальных медиа как отрасль социологического знания.

2. Предмет социологии аудиовизуальных медиа.
3. Роль социологии в исследовании информационных процессов.
4. Понятие социологического исследования.
5. Социологические медиаисследования в Республике Беларусь.
6. Качественные и количественные исследования аудитории СМИ.
7. Медиаметрические исследования.
8. Мониторинг СМИ.
9. Аудитория СМИ как объект социологического исследования.
10. Структура аудитории белорусских СМИ.
11. Аудитория белорусских СМИ в региональном разрезе.
12. Телевидение в структуре национального информационного поля.
13. Радиовещание в структуре национального информационного поля
14. Общая характеристика тематических предпочтений аудитории аудиовизуальных СМИ.
15. Тематические предпочтения аудитории ведущих белорусских телеканалов.
16. Тематические предпочтения аудитории ведущих белорусских радиостанций.
17. Особенности построения рейтинговых замеров в социологии СМИ.
18. Кумулятивный рейтинг популярности аудиовизуальных медиа.
19. Рейтинг «сито»: понятие, особенности.
20. Коэффициент ранговой корреляции Спирмена: понятие, методология расчета.

ПРОТОКОЛ СОГЛАСОВАНИЯ УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЫ УВО

Название учебной дисциплины, с которой требуется согласование	Название кафедры	Предложения об изменениях в содержании учебной программы учреждения высшего образования по учебной дисциплине	Решение, принятое кафедрой, разработавшей учебную программу (с указанием даты и номера протокола)
Социология журналистики	Медиалогии	Предложений нет	Решение – согласовать, протокол № 4 от 29.11.2019

**ДОПОЛНЕНИЯ И ИЗМЕНЕНИЯ К УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЕ ПО
ИЗУЧАЕМОЙ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ**

на ____ / ____ учебный год

№ п/п	Дополнения и изменения	Основание

Учебная программа пересмотрена и одобрена на заседании кафедры
_____ (протокол № ____ от _____ 201_ г.)

Заведующий кафедрой

УТВЕРЖДАЮ
Декан факультета
