

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего профессионального образования
«Юго-Западный государственный университет»

Кафедра философии и социологии

ОТЧЕТ

**по учебному социологическому исследованию на тему:
«Популярность местной прессы среди студентов»**

Выполнили:

студенты
группы ФЛ 00

Иванова И.И.
Петрова П.П.
Сидорова С.С.

Преподаватель: к.с.н., ст. пр. кафедры ФИС Подгорный Б.Б.

Дата проведения исследования: 01.04.2013 – 24.05.2013

Курск 2013

Содержание

1. Методологический раздел программы.....	3
1.1 Описание проблемной ситуации.....	3
1.2 Определение объекта и предмета СИ.....	3
1.3 Определение цели и задач СИ.....	4
1.4 Формулировка гипотез.....	4
1.5 Теоретическая и эмпирическая интерпретация основных понятий.....	4
2. Методический раздел программы.....	5
2.1 Обоснование выборки.....	5
2.2 Обоснование методов сбора социологической информации.....	5
2.3 Метод обработки данных.....	5
3. Календарный план.....	6
4. Таблица результатов.....	7
5. Анализ результатов по задачам.....	11
6. Анализ результатов по гипотезам.....	14
7. Вывод.....	17
8. Методические и практические рекомендации.....	17
9. Приложение.....	18

1. Методологический раздел.

1.1 Описание проблемной ситуации.

XXI век ознаменован стремительным развитием науки и техники. Изобретение радио, телевидения, Интернета облегчило жизнь современного человека и позволило ему быть коммуникабельным и мобильным. Однако все эти достижения постепенно вытесняют печатные издания из жизни людей, особенно молодежи. Следовательно, и вопрос о роли и значении местной прессы среди студентов становится особенно актуальным, так как газеты и журналы пылятся на полках магазинов и не пользуются такой популярностью, как раньше. В этом и заключается проблема данного социологического исследования.

1.2 Определение объекта и предмета СИ.

Объектом данного социологического исследования является общество студентов ЮЗГУ, а **предметом** - отношение студентов ЮЗГУ к местной прессе.

1.3. Определение цели и задач СИ.

Цель данного социологического исследования – установить степень популярности местной прессы среди студентов ЮЗГУ.

Задачи исследования:

1. Выявить наличие и степень распространенности среди студентов местной прессы;
2. Установить причины популярности (непопулярности) местной прессы среди студентов;
3. Сравнить уровень заинтересованности студентов различных возрастных категорий в местной прессе;
4. Выявить наиболее популярные издания города Курска, а также предпочтительные разделы местных газет;
5. Разработать практические рекомендации по повышению популярности местной прессы среди студентов.

1.4 Формулировка гипотез.

Мы предположили, что местная пресса не пользуется большой популярностью среди студентов. Это может быть обусловлено рядом причин:

1. Высокая популярность Интернета и телевидения среди студентов.
2. Недостаточная информативная содержательность прессы по сравнению с ресурсами Интернета.
3. Низкая заинтересованность студентов в жизни города.
4. Большое количество рекламных статей в газетах и журналах.
5. Нерациональная цена на печатные издания.
6. Недоверие студентов к предложенной информации.

1.5. Теоретическая и эмпирическая интерпретация основных понятий

Студенчество (от лат. *studens* - усердно занимающийся) - учащиеся высших учебных заведений, представляющих собой социально-демографическую группу с определенным общественным положением, ролью и статусом, а также определенную социально-профессиональную группу, характеризующуюся общностью интересов, субкультурой и образом жизни при возрастной однородности, которой не имеют другие социально-профессиональные группы.

Пресса (от фр. *presse*, от лат. *presso*) - часть СМИ, совокупность массовых периодических печатных изданий, предназначенных для массового читателя: газет, журналов, сборников, альманахов.

Местный - 1. Относящийся только к определённой местности, не общий. 2. Не общегосударственный, действующий или имеющий значение в пределах определённой территории, района, коллектива.

Интернет (англ. *Internet*) - всемирная система объединённых компьютерных сетей; самый популярный способ получения, хранения и передачи информации. К концу 2011 года число пользователей, регулярно использующих Интернет, составило около 2,3 млрд человек.

Телевидение (от греч. *tele* - вдаль, далеко и лат. *Video*- смотреть) - передача на расстояние изображения подвижных и неподвижных объектов с помощью электрических сигналов, распространяющихся по каналу связи; одно из средств массовой информации.

Реклама (от лат. *reclamo* - выкрикиваю) - 1. Информация о потребительских свойствах товаров и различных формах услуг для их реализации, создания спроса на них. 2. Распространение сведений о чем-либо с целью создания популярности.

Информация (от лат. *Information* - сообщение) - 1. Сообщение о чем-либо 2. Сведения, являющиеся объектом хранения, переработки и передачи.

2. Методический раздел

2.1 Обоснование выборки

В данном социологическом исследовании была использована серийная выборка. **Серийная (гнездовая) выборка**— это такой вид формирования выборочной совокупности, когда в случайном порядке отбираются не единицы, подлежащие обследованию, а группы единиц (серии, гнезда). Внутри четырех отобранных серий студентов было произведено сплошное наблюдение. Каждая серия (гнездо) состоит из 25 студентов, обучающихся на одном из четырех курсов. Отбор серий производился в порядке бесповторного отбора. Все четыре серии являются равновеликими.

Таблица 1.

Курс	Мужской пол	Женский пол	Итого
1	12	13	25
2	13	12	25
3	12	13	25
4	13	12	25
Всего	50	50	100

2.2. Обоснование методов сбора социологической информации

Таблица 2.

Метод исследования	Инструментарий исследования
Анкетирование	Текст анкеты и его тираж (100 экземпляров); кодировочный лист; инструкция.
Анализ исследуемого материала	Газеты, выпускающиеся в г. Курске: «Друг для друга» «Курский вестник» «Курские известия» «Регион 46» «Курская правда» «Аргументы и факты. Курский выпуск» «Комсомольская правда. Курский выпуск» «Житье-бытье. Курский выпуск»

2.3. Метод обработки данных.

Результаты анкетирования были обработаны с помощью программы

Microsoft Excel.

3. Календарный план.

Таблица 3.

Этап исследования	Дата	Исполнители
Этап подготовки к полевому исследованию	01.04.13 – 25.04.13	Петрова Сидорова
Обсуждение и утверждение программы и методического инструментария исследования	01.04.13 – 10.04.13	Петрова Сидорова
Тиражирование методического инструментария для массового сбора информации	25.04.13	Сидорова
Этап полевого исследования	06.05.13 – 16.05.13	Иванова Петрова Сидорова
Сбор первичной информации	06.05.13 – 08.05.13	Иванова Петрова Сидорова
Обработка первичной информации	13.05.13 – 16.05.13	Петрова
Итоговый раздел исследования	17.05.13 – 24.05.13	Петрова Сидорова
Анализ результатов исследования	17.05.13 – 20.05.13	Сидорова
Подготовка отчета	21.05.13 – 22.05.13	Петрова
Формулировка выводов и рекомендаций по итогам исследования	24.05.13	Петрова Сидорова

4. Таблицы результатов.

Таблица 4. Результаты анкетного опроса респондентов.

№	Вопрос	Ответы	Количество ответивших	% ответивших
1	Знаете ли Вы, какие печатные издания выпускают в городе Курске?	Да, знаю несколько	56	56
		Да, только одно	24	24
		Нет, не знаю	20	20
2	Читаете ли Вы местную прессу?	Да, часто	20	20
		Да, иногда	31	31
		Нет, сейчас не читаю	30	30
		Никогда не читал(а)	19	19
3	Укажите причины, по которым Вы не читаете местную прессу.	Нет свободного времени	42	34
		Недостаточная информативная содержательность	34	26
		Много рекламы	20	15
		Не интересуюсь жизнью города	30	23
		Нерациональная цена	0	0
		Другое	2	2
4	Читают ли ваши знакомые и родственники местную прессу?	Да, все читают	20	20
		Некоторые читают	44	44
		Только родные	22	22
		Только знакомые	14	14
		Никто не читает	0	0
		Другое	0	0

5	Какие из перечисленных газет Вы предпочитаете читать?	«Друг для друга»	30	23
		«Курский вестник»	16	12
		«Курские известия»	12	8
		«Регион 46»	12	8
		«Курская правда»	14	10
		«Аргументы и факты. Курский выпуск»	14	10
		«Комсомольская правда. Курский выпуск»	26	20
		«Житье-бытье. Курский выпуск»	12	8
		Другое	2	1
6	Какие разделы газеты для Вас наиболее интересны?	Новости	24	16
		Спорт	24	16
		Жизнь знаменитых людей	16	11
		Полезные советы	19	13
		Рекламные статьи	17	11
		Гороскоп	17	11
		Кроссворд	17	11
		Анекдоты	17	11
		Другое	0	0
7	Имеете ли Вы подписку на местную прессу?	Да	36	36
		Сейчас нет	26	26
		Никогда не было подписки	40	40

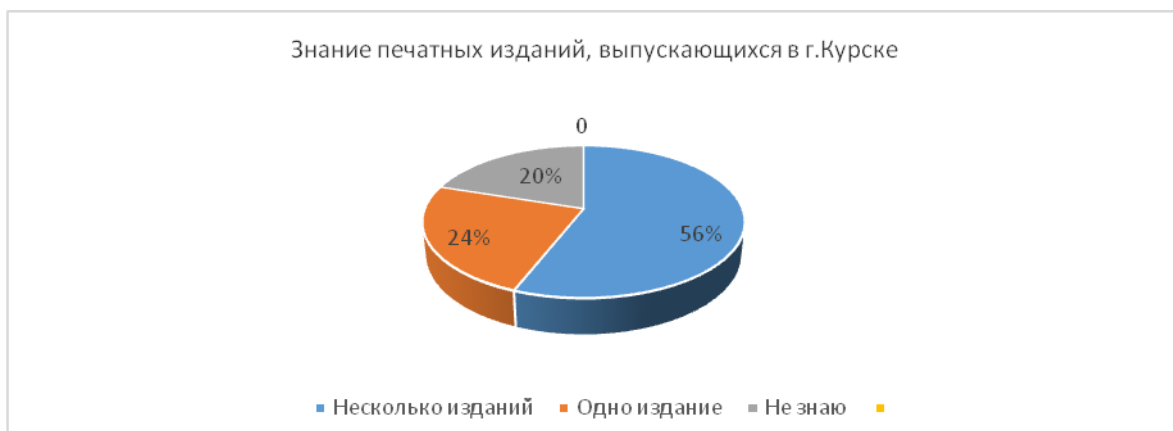
8	Устраивают ли Вас цены на местную прессу?	Да, полностью	55	55
		Не на все издания	40	40
		Нет	5	5
9	Сколько, по Вашему мнению, должна стоить местная пресса?	Менее 10 рублей	16	16
		10-20 рублей	52	52
		20-30 рублей	16	16
		Цена не имеет значения	16	16
10	Ваше отношение к рекламе в местных газетах?	Положительное	37	37
		Отрицательное	27	27
		Индифферентное	36	36
11	Доверяете ли Вы информации, предлагаемой местной прессой?	Полностью доверяю	20	20
		Скорее да, чем нет	52	52
		Скорее нет, чем да	24	24
		Не доверяю	4	4
12	Если бы цена на местную прессу снизилась, вы бы стали чаще ее покупать или покупать вообще?	Да	34	34
		Нет	66	66
13	Если бы в газетах отсутствовала реклама, изменилось бы ваше отношение к местной прессе?	Да	38	38
		Нет	62	62
14	Имеете ли Вы ежедневный доступ к Интернету?	Да	65	65
		Часто	20	20
		Иногда	15	15
		Нет	0	0
15	Какой источник массовой информации для Вас более предпочтительный?	Местная пресса	11	11
		Телевидение	25	25
		Радио	11	11
		Интернет	51	51
		Ничем не пользуюсь	2	2

Таблица 5. Результаты анализа курской прессы.

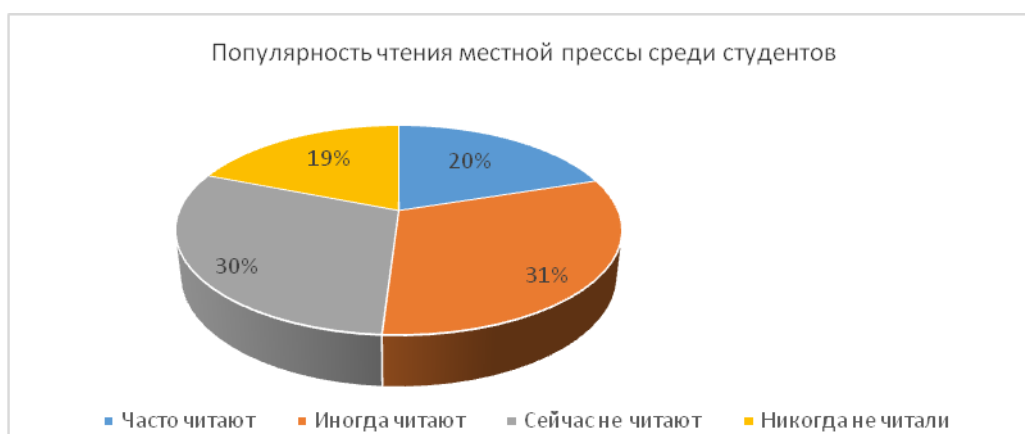
Название газеты	Цена	Количество рекламных статей
«Друг для друга»	12,5	13
«Курский вестник»	9	8
«Курские известия»	10	27
«Регион 46»	14	11
«Курская правда»	13	17
«Аргументы и факты. Курский выпуск»	11	10
«Комсомольская правда. Курский выпуск»	12	14
«Житье-бытье. Курский выпуск»	12	22
Среднее значение	10,3	15,25

5. Анализ результатов по задачам

Задача №1: Выявить наличие и степень распространенности среди студентов местной прессы.



80% респондентов знают, какие издания выпускаются в городе Курске, но при этом 20% опрошенных не знакомы с ними.



51% студентов читают местную прессу, 30% - перестали читать, а 19% опрошенных никогда не читали городские газеты. Обобщив данные можно сделать вывод, что среди опрошенных студентов наблюдается примерно равное соотношение читающих и не читающих прессу (51% и 49% соответственно).



Подписка является непопулярным способом приобретения прессы среди студентов. Об этом свидетельствуют результаты опроса, согласно которому более 60% респондентов никогда не имели почтовой подписки или сейчас не пользуются данной услугой.

Задача №2: Установить причины популярности (непопулярности) местной прессы среди студентов. Студентам, не читающим местную прессу, был предложен список причин, обуславливающих их незаинтересованность в чтении газет. Были получены следующие результаты:



Таким образом, большинство студентов не читает местную прессу в связи с нехваткой свободного времени. Приблизительно равное число опрошенных не удовлетворены либо недостаточной информативной содержательностью газет, либо большим количеством рекламы в них. Нерациональная цена не является причиной отсутствия интереса к местной прессе. Один студент из ста опрошенных предложил свой вариант ответа: «В Интернете все есть». Это свидетельствует о возрастающей роли Интернета в жизни молодежи.

Задача №3: Сравнить уровень заинтересованности студентов различных возрастных категорий в местной прессе.

Таблица 6.

Курс	Часто		Иногда		Сейчас не читают		Никогда не читали	
	Число	Процент	Число	Процент	Число	Процент	Число	Процент
1	1	5%	7	22,6%	7	23,3%	10	52,6%
2	3	15%	9	29%	9	30%	4	21%
3	7	35%	9	29%	6	20%	3	15,8%
4	9	45%	6	19,4%	8	26,7%	2	10,6%
Всего	20	100%	31	100%	30	100%	19	100%

Проанализировав данные таблицы, можно сделать вывод, что чаще всего городскую прессу читают студенты 4 курса (45%). Наблюдается следующая тенденция: чем старше становится студент, тем сильнее возрастает его интерес к чтению газет. Был выявлен одинаковый процент студентов 2 и 3 курсов, иногда занимающихся чтением прессы (29%). Больше всего респондентов, никогда не читавших местную прессу, оказалось среди студентов 1 курса (52,6%).

Задача №4: выявить наиболее популярные издания города Курска, а также предпочтительные разделы местных газет.



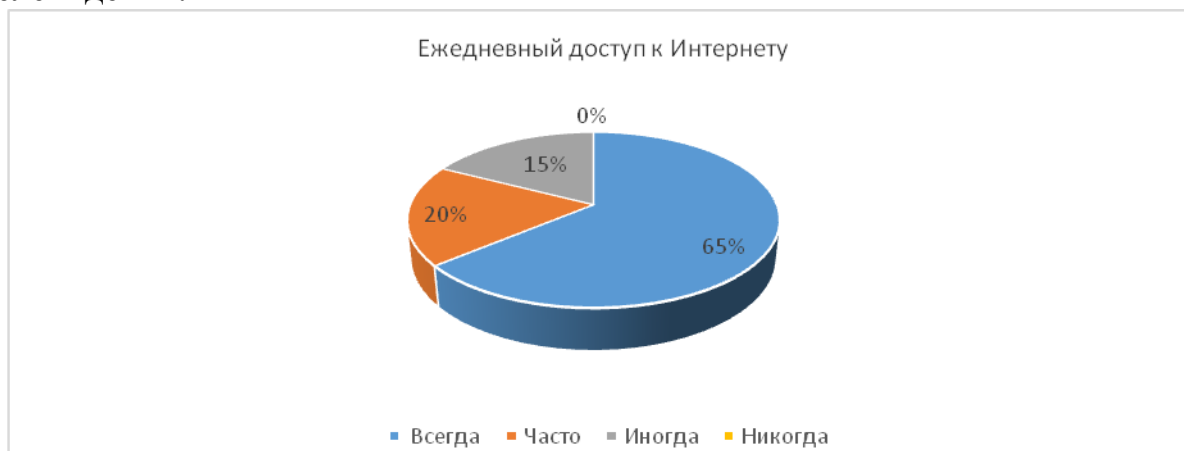
Наиболее популярными изданиями являются «Курская правда» и «Комсомольская правда». Остальные издания имеют приблизительно одинаковую степень распространенности среди студентов.



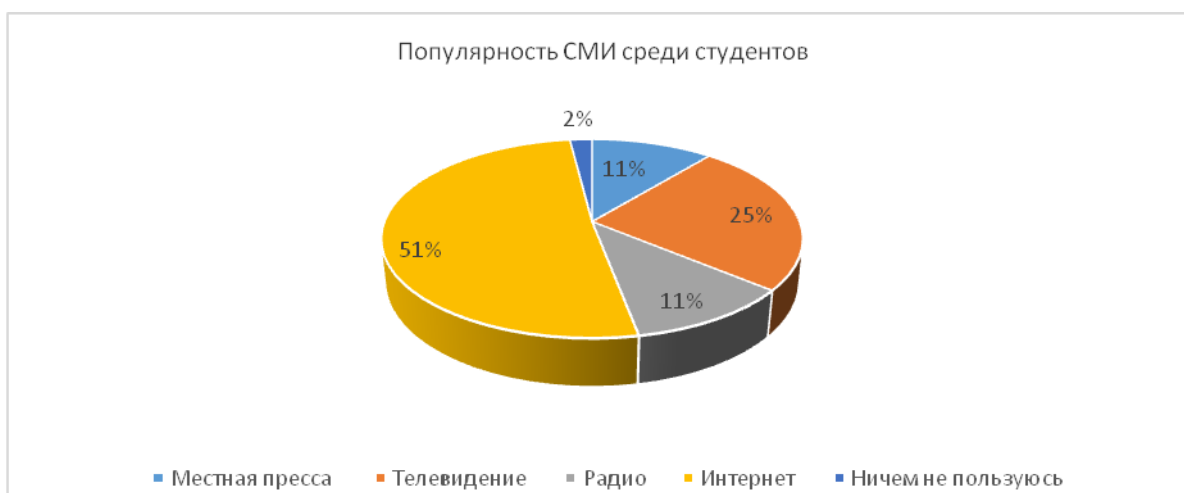
Наибольший интерес среди опрошенных представляют такие разделы, как новости, спорт, полезные советы. Менее всего студенты уделяют внимание сведениям из жизни знаменитых людей.

6. Анализ результатов по гипотезам

Гипотеза №1: Среди студентов высокая популярность Интернета и телевидения.



Почти треть опрошенных имеют ежедневный доступ к Интернету (65%), число студентов, пользующихся Интернетом часто и иногда равно 20% и 15% соответственно. Среди ста опрошенных студентов не нашлось ни одного, не пользующегося Всемирной сетью. **Выдвинутая гипотеза подтвердилась.**



Наиболее популярным источником информации является Интернет (51%), вторую позицию занимает телевидение (25%), а местная пресса и радио не пользуются большой популярностью среди современных студентов (по 11%). Два респондента заявили, что не пользуются ни одним из перечисленных источников.

Гипотеза №2: Недостаточная информативная содержательность прессы по сравнению с ресурсами Интернета.

Мы предположили, что одной из причин непопулярности местной прессы может быть недостаточная информативная содержательность. 26% респондентов согласились с этим утверждением. Следовательно, можно сделать вывод, что недостаточная информативная содержательность является вторым по значимости условием непопулярности местной прессы. **Выдвинутая гипотеза подтвердилась.**

Гипотеза №3: Низкая заинтересованность студентов в жизни города.

Установлено, что среди всех ответов опрошенных 23% ответов о том, что они не интересуются жизнью города. Этого недостаточно, чтобы утверждать, что данная гипотеза верна.

Выдвинутая гипотеза частично опровергнута.

Гипотеза №4: Большое количество рекламных статей в газетах и журналах. Было установлено, что среднее число рекламных статей, содержащихся в одном издании, равно 15,25. Это свидетельствует о избытке рекламы в местной прессе.



27% опрошенных выразили отрицательное отношение к рекламе. Следовательно, нельзя утверждать, что наличие или отсутствие рекламы в газетах является определяющим условием популярности или непопулярности местной прессы среди студентов. Более того, 62% опрошенных утверждают, что их отношение к местной прессе не изменится даже при условии отсутствия рекламы в газетах. **Выдвинутая гипотеза не подтвердилась.**

Гипотеза №5: Нерациональная цена на печатные издания.



Более 50% опрошенных устраивают цены на местную прессу, что подтверждает отсутствие студентов, ответивших, что отказ от чтения городских изданий обусловлен нерациональной ценой. Однако 34% респондентов все же выразили согласие на более частую покупку прессы при условии уменьшения цен.



Таким образом, наиболее предпочтительная цена на местную прессу для студентов составляет 10 - 20 руб. (52%). **Выдвинутая гипотеза опровергнута.**

Гипотеза №6: Недоверие студентов к предложенной информации.



Около 70% опрошенных доверяют информации, предложенной в местной прессе, хотя и в разной степени. Из ста респондентов нашлось четыре человека, выразивших полное недоверие к городским изданиям. Так как Интернет является самым популярным источником массовой информации, то можно заключить, что местная пресса уступает Всемирной сети по информативной наполненности, несмотря на большой процент доверия к ней.

Выдвинутая гипотеза опровергнута.

7. Вывод

В ходе данного социологического исследования было выявлено, что:

- местная пресса является одним из источников получения информации среди студентов ЮЗГУ. Однако она сильно уступает телевидению и Интернету. Из всего числа опрошенных 51% студентов читает курские издания, а 49% - нет;
- основными причинами низкого интереса студентов являются отсутствие свободного времени, недостаточная информативная содержательность, а также безразличие студентов к жизни города;
- цена и большое количество рекламных статей не оказали сильного влияния на выбор студентов. По результатам анализа исследовательского материала (курские газеты) было установлено среднее значение цены (10,3 руб.) и количества рекламных статей (15,25);
- популярными изданиями являются газеты «Друг для друга» и «Комсомольская правда. Курский выпуск», а разделы новостей и спорта наиболее предпочтительны для студентов ЮЗГУ;
- возраст студента влияет на интерес к местной прессе. Если старшекурсники чаще читают городские издания, то большинство студентов первого курса никогда не использовали данный источник информации.

8. Методические и практические рекомендации

На основании проведенного социологического исследования можно дать следующие рекомендации издателям курских газет:

- уменьшить число рекламных статей;
- снизить цену на некоторые издания;
- увеличить объем материала в таких наиболее популярных разделах газет, как новости, спорт и полезные советы;
- улучшить качество и разнообразить материал, представленный в таких рубриках, как жизнь знаменитых людей, рекламные статьи, гороскоп, кроссворд, анекдоты.

9. Приложение

Анкета

«Популярность местной прессы среди студентов»

Инструкция к заполнению анкеты

Просим Вас ответить на вопросы предлагаемой анкеты. Отметьте выбранный Вами вариант ответа или напишите собственный, если необходимо. Мы гарантируем полную конфиденциальность Ваших ответов, которые впоследствии будут использованы только в рамках данного социологического исследования.

Ваш пол: М / Ж

Курс обучения: 1 / 2 / 3 / 4

Вопрос №1. Знаете ли Вы, какие печатные издания выпускают в г. Курске?

- 1) Да, знаю несколько
- 2) Да, только одно
- 3) Нет, не знаю

Вопрос №2. Читаете ли Вы местную прессу?

- 1) Да, часто (переход к вопросу №4)
- 2) Да, иногда (переход к вопросу №4)
- 3) Нет, сейчас не читаю
- 4) Никогда не читал(а)

Вопрос №3. Укажите причины, по которым Вы не читаете местную прессу.
(Возможен выбор нескольких вариантов ответа)

- 1) Нет свободного времени
- 2) Недостаточная информативная содержательность
- 3) Много рекламы
- 4) Не интересуюсь жизнью города
- 5) Нерациональная цена
- 6) Другое (написать свой ответ) _____

Вопрос №4. Читает ли ваши знакомые и родственники местную прессу?

- 1) Да, все читают
- 2) Некоторые читают
- 3) Только родные
- 4) Только знакомые
- 5) Никто не читает
- 6) Другое (написать свой ответ) _____

Вопрос №5. Какие из перечисленных газет Вы предпочитаете читать?
(Возможен выбор нескольких вариантов ответа)

- 1) «Друг для друга»
- 2) «Курский вестник»
- 3) «Курские известия»
- 4) «Регион 46»
- 5) «Курская правда»
- 6) «Аргументы и факты. Курский выпуск»
- 7) «Комсомольская правда. Курский выпуск»
- 8) «Житье-бытие. Курский выпуск»
- 9) Другое (написать свой ответ)_____

Вопрос №6. Какие разделы газеты для Вас наиболее интересны?
(Возможен выбор нескольких вариантов ответа)

- 1) Новости
- 2) Спорт
- 3) Жизнь знаменитых людей
- 4) Полезные советы
- 5) Рекламные статьи
- 6) Гороскоп
- 7) Кроссворд
- 8) Анекдоты
- 9) Другое (написать свой ответ)_____

Вопрос №7. Имеете ли Вы подписку на местную прессу?

- 1) Да
- 2) Сейчас нет
- 3) Никогда не было подписки

Вопрос №8. Устраивают ли Вас цены на местную прессу?

- 1) Да, полностью
- 2) Не на все издания
- 3) Нет

Вопрос №9. Сколько, по Вашему мнению, должна стоить местная пресса?

- 1) Менее 10 рублей
- 2) 10-20 рублей
- 3) 20-30 рублей
- 4) Цена не имеет значения

Вопрос №10. Ваше отношение к рекламе в местных газетах?

- 1) Положительное
- 2) Отрицательное
- 3) Индифферентное

Вопрос №11. Доверяете ли Вы информации, предлагаемой местной прессой?

- 1) Полностью доверяю
- 2) Скорее да, чем нет
- 3) Скорее нет, чем да
- 4) Не доверяю

Вопрос №12. Если бы цена на местную прессу снизилась, вы бы стали чаще ее покупать или покупать вообще?

- 1) Да
- 2) Нет

Вопрос №13. Если бы в газетах отсутствовала реклама, изменилось бы ваше отношение к местной прессе?

- 1) Да
- 2) Нет

Вопрос №14. Имеете ли Вы ежедневный доступ к Интернету?

- 1) Да
- 2) Часто
- 3) Иногда
- 4) Нет

Вопрос №15. Какой источник массовой информации для Вас более предпочтительный?

- 1) Местная пресса
- 2) Телевидение
- 3) Радио
- 4) Интернет
- 5) Ничем не пользуюсь

Благодарим за участие!