


Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Килимова Людмила Викторовна  
Должность: Заведующий кафедрой  
Дата подписания: 10.02.2026 01:00:20  
Уникальный программный ключ:  
1c15bc75bb785f9e1c41bf7aad2604766ff15c7

## МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Юго-Западный государственный университет

УТВЕРЖДАЮ:  
Заведующий кафедрой  
философии и социологии  
(наименование кафедры полностью)

  
Л.В. Килимова  
(подпись, инициалы, фамилия)

«1» июля 2025 г.

ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА  
для текущего контроля успеваемости  
и промежуточной аттестации обучающихся  
по дисциплине

Социология журналистики  
(наименование дисциплины)

42.03.02 Журналистика (профиль) «Мультимедийная и традиционная  
журналистика»  
код и наименование ОПОП ВО

Курск – 2025

# Юго-Западный государственный университет

## Кафедра философии и социологии

### Вопросы для собеседования

по дисциплине \_\_\_\_\_ Социология журналистики \_\_\_\_\_  
(наименование дисциплины)

### Темы сообщений для собеседования

1. Объект и предмет исследования социологии журналистики.
2. Структура наук о журналистике, особенности социологического подхода.
3. Уровни социологического изучения журналистики: методологический анализ, специальная социологическая теория массовой коммуникации, эмпирические исследования.
4. Место социологии журналистики в системе социологического знания.
5. Роль социологических исследований массовой коммуникации в жизни общества (описание, объяснение, выработка рекомендаций по оптимизации функционирования изучаемого объекта, прогноз социального развития)
6. Начальный этап становления социологии журналистики.
7. Формирование понятийного аппарата.
8. Развитие специфических социологических методов сбора информации о социальных процессах и состояниях.
9. Формирование культуры процедуры измерения.
10. Становление социологии массовой коммуникации как теории среднего уровня. Марксизм и теории массовой коммуникации.
11. Развитие социологии массовой коммуникации в советский период (А.Н. Алексеева, Г.И. Хмара, Б.М. Фирсов, Б.А. Грушин, Ю.А. Левада, В.А. Ядов, О.Б. Божков, Л.Н. Коган и др.).
12. Идеологемы как теоретические основания формирования представлений о массовой коммуникации.
13. Исследование массовой коммуникации в рамках теории журналистики.
14. Введение в научный оборот понятия «массовая коммуникация» вместо понятия «СМИП».
15. Формирование лабораторий и подразделений по изучению СМИ и общественного мнения.
16. Зарубежные исследования массовых коммуникаций (У. Липпман, Г. Лассуэлл, Ю. Хабермас, Т. Адорно, А. Ли, Р. Парк, П. Лазарфельд, Б. Берельсон, У. Шрамм, Д. МакКуэйл и др.).
17. Изучение теоретическими методами всех звеньев массовой коммуникации на уровне общей социологической теории.
18. Изучение теоретическими методами всех звеньев массовой коммуникации на уровне частной социологической теории
19. Исследования коммуникатора (персонифицированного и безличного).
20. Анализ содержания массовой коммуникации.

21. Исследования каналов массовой коммуникации.
22. Исследования аудитории средств массовой коммуникации.
23. Понятие коммуникации, общения, информации.
24. Понятие деятельности.
25. Массовая коммуникация как вид регулятивной деятельности.
26. Потребности и интересы как побудительные мотивы деятельности.
27. Массовая коммуникация как духовно-практическая деятельность.
28. Понятие массово-коммуникативного как информационного воздействия на большие общности людей (аудиторию).
29. Понятие деятельностного ряда.
30. Массово-коммуникативный акт: объективная реальность – коммуникатор – каналы распространения – аудитория.
31. Механизм обратной связи.
32. Виды массовых коммуникаций (кино, видеопрокат, магнитофонные записи, реклама, художественная литература и др.).
33. Различные модели коммуникации.
34. Множественность представлений о массовой коммуникации.
35. Понятие массовой коммуникации.
36. Сущность, явление, содержание и формы массовой коммуникации (СМК) как стороны массовой коммуникации.
37. Особенности продуктов деятельности СМК (доступность, периодичность, социальная значимость информации, устойчивость процесса организации, универсальность информации, наличие постоянной аудитории, институализированность).
38. Журналистика как творческая сторона деятельности массовой коммуникации.
39. Текст в системе массовой коммуникации.
40. Массовая коммуникация и общение.
41. Деятельность массовой коммуникации по созданию поля для общения.
42. Аудитория как объект воздействия и как источник информации.
43. Место массовой коммуникации в коммуникативном пространстве.
44. Роль массовой коммуникации в интеграции общества, в обеспечении механизма социальной устойчивости.
45. Понятие коммуникации, общения, информации.
46. Понятие деятельности.
47. Массовая коммуникация как вид регулятивной деятельности.
48. Потребности и интересы как побудительные мотивы деятельности.
49. Массовая коммуникация как духовно-практическая деятельность.
50. Понятие массово-коммуникативного как информационного воздействия на большие общности людей (аудиторию).
51. Понятие деятельностного ряда.
52. Массово-коммуникативный акт: объективная реальность – коммуникатор – каналы распространения – аудитория.
53. Механизм обратной связи.
54. Виды массовых коммуникаций (кино, видеопрокат, магнитофонные записи, реклама, художественная литература и др.).
55. Различные модели коммуникации.
56. Множественность представлений о массовой коммуникации.

57. Понятие массовой коммуникации.
58. Сущность, явление, содержание и формы массовой коммуникации (СМК) как стороны массовой коммуникации.
59. Особенности продуктов деятельности СМК (доступность, периодичность, социальная значимость информации, устойчивость процесса организации, универсальность информации, наличие постоянной аудитории, институализированность).
60. Журналистика как творческая сторона деятельности массовой коммуникации.
61. Текст в системе массовой коммуникации.
62. Массовая коммуникация и общение.
63. Деятельность массовой коммуникации по созданию поля для общения.
64. Аудитория как объект воздействия и как источник информации.
65. Место массовой коммуникации в коммуникативном пространстве.
66. Роль массовой коммуникации в интеграции общества, в обеспечении механизма социальной устойчивости.
67. Понятие ценности.
68. Ценность как конечное основание целеполагания.
69. Ценности и оценки.
70. Роль ценностей в формировании интересов социальных субъектов.
71. Политические, профессиональные, психологические, творческие ценности и их реализация в деятельности массовой коммуникации.
72. Ценности как критерий уровня развития общества.
73. Содержание массовой коммуникации как показатель ценностных ориентаций субъектов различных уровней и социальных сфер.
74. Свобода как ценность в деятельности массовой коммуникации.
75. История формирования и представлений о свободу печати.
76. Понятие и сущность свободы.
77. Свобода как способность субъекта контролировать условия собственного существования.
78. Понятие свободы печати и свободы слова.
79. Сущность свободы печати.
80. Четыре концепции свободы прессы.
81. Цензура.
82. Понятие плюрализма мнений.
83. Проблема социальной ответственности массовой коммуникации.
84. Необходимость государственного регулирования свободы печати.
85. Юридические ограничители свободы печати.
86. Финансовая зависимость деятельности массовой коммуникации как проявление свободы определенных субъектов социальных интересов.
87. Выражение мнений аудитории как проблема свободы слова.
88. Массовое сознание как объект деятельности массовой коммуникации.
89. Социальная природа сознания.
90. Различные подходы к исследованию массового сознания.
91. Определение массового сознания по субъектам отражения.
92. Понятие массы.
93. Понятие «эксгрупповой массы» (Б.А. Грушин).

94. Количественный критерий выделения массы (различные социальные образования: религия, национальность, класс и др.).
95. Элитарный подход.
96. Объекты массового сознания как основания для классификации (различные ориентации людей, установки, поведенческие уровни).
97. Индивидуальное, групповое, специализированное сознание.
98. Понятие массового сознания, непосредственно включенного в практическую деятельность.
99. Практическое сознание.
100. Обыденное сознание.
101. Общественное мнение как состояние массового сознания.
102. Массовая информация в деятельности массовой коммуникации.
103. Массовая коммуникация как функциональная система.
104. Структурно-функциональный подход в анализе деятельности массовой коммуникации.
105. Развитие представлений о функциях массовых коммуникаций в зарубежной и отечественной науке.
106. Факторы эффективного функционирования массовых коммуникаций, реализации их роли в системе социальных процессов.
107. Агитация, пропаганда и контрпропаганда как методы деятельности массовой коммуникации.
108. Прагматическое и социально-психологическое моделирование.
109. Психологические методы воздействия массовой коммуникации на аудиторию.
110. Факторы, способствующие эффективному воздействию массовой коммуникации на аудиторию.
111. Аудиторные показатели эффективности деятельности массовой коммуникации.
112. Особенности массовой коммуникации как социального института, его задачи и место в системе социальных институтов общества.
113. Массово-коммуникативная деятельность как форма политического и социального контроля.
114. Типы средств массовых коммуникаций (государственно-общественные, государственные, коммерческие) и модели социального управления.
115. Правовые нормы и этические нормы, регулирующие деятельность массовой коммуникации.
116. Печать, радио и телевидение в системе средств массовой коммуникации, основные характеристики и способы воздействия на аудиторию.
117. Интернет как специфическая структура массовых коммуникаций.
118. Информационные и рекламные агентства, службы связи с общественностью и социологические службы.
119. Анализ жанров.

**Критерии оценки:**

- 3 балла выставляется обучающемуся, если содержательность сообщения менее 50%,
- 5 балла выставляется обучающемуся, если содержательность сообщения более 50%.

Юго-Западный государственный университет  
Кафедра философии и социологии

Тест

по дисциплине Социология журналистики  
(наименование дисциплины)

1. **Технология получения выводов на основе анализа содержания текста –**
  - а) контент-анализ
  - б) аудиметр
  - в) шер
  - г) рейтинг
2. **Массовая коммуникация характеризуется....**
  - а) однонаправленностью информации, фиксированием коммуникативных ролей, ярко выраженной социальной направленностью
  - б) попеременной сменой направленности информации и коммуникативных ролей, непосредственным контактом в общении
3. **Устная, печатная и наглядная политическая деятельность, воздействующая на сознание и настроение людей с целью побудить их к действиям - ...**
  - а) агитация
  - б) антипропаганда
  - в) пропаганда
4. **Систематическое распространение фактов, аргументов, слухов и других сведений, в том числе заведомо ложных, для воздействия на общественное мнение - ...**
  - а) пропаганда
  - б) агитация
  - в) антипропаганда
5. **Кампания по нанесению репутационного урона сопернику - ...**
  - а) антипропаганда
  - б) агитация
  - в) пропаганда
6. **Воздействие, имеющее своей целью изменение поведения объекта в нужном для субъекта направлении, даже если оно совершается во благо объекту, но без его согласия - ...**
  - а) манипуляция
  - б) прокламация
  - в) стереотипизация
7. **Эмпирические исследования, объектом которых является массовая аудитория, называют**
  - а) социометрией
  - б) медиаметрией
  - в) аудиметрами
  - г) шером

- 8. Эмпирические исследования, объектом которых являются средства массовой коммуникации, называют ...**
- а) медиаметрией
  - б) социометрией
  - в) аудиметрами
  - г) шером
- 9. Массовая коммуникация представляет собой некую замкнутую целостную систему, функционирующую по собственным законам и оказывающую влияние на формирование общественного мнения с точки зрения ....**
- а) медиационистского подхода
  - б) социоцентристского подхода
  - в) семиотики
  - г) кибернетики
- 10. Деятельность массовой коммуникации детерминирована (или должна быть детерминирована) непосредственно аудиторией, мнения и взгляды которой она и призвана выражать через каналы своих средств с точки зрения ....**
- а) социоцентристского подхода
  - б) медиационистского подхода
  - в) семиотики
  - г) кибернетики
- 11. Количество людей, наделенных определенными демографическими и социально-психологическими характеристиками, которые слушали или смотрели передачу в конкретное время, показывающее популярность канала или передачи безотносительно других каналов - ...**
- а) рейтинг
  - б) шер
  - в) аудиметр
  - г) фокус-группа
- 12. Определите среди перечисленного персонифицированного коммуникатора.**
- а) телеведущий Андрей Малахов
  - б) телепередача «Пусть говорят»
  - в) канал ОРТ
  - г) общероссийское телевидение
- 13. Специальные счетчики, подключающиеся к телевизору или радиоприемнику с согласия их владельцев, автоматически фиксирующие просмотр и прослушивание передач и так же автоматически передающие информацию об этом в исследовательский центр, где она подвергается обработке - ...**
- а) аудиметры
  - б) дневники теле- и радиослушателей
  - в) шеры
  - г) рейтинги
- 14. «Российская газета» опубликовала новый закон – есть пример...**
- а) массовой коммуникации
  - б) межличностной коммуникации
  - в) специальной коммуникации
- 15. Президент поздравляет россиян с Новым годом – есть пример...**

- а) массовой коммуникации
- б) специальной коммуникации
- в) межличностной коммуникации

**16. Все ли люди обладают стереотипами?**

- а) да
- б) нет

**17. Во всех ли областях человеческого знания присутствуют стереотипы?**

- а) да
- б) нет

**18. Роль стереотипов для личности ...**

- а) как отрицательная, так и положительная
- б) отрицательная
- в) положительная

**19. Канал масс-медиа, обладающий самым сильным эмоциональным воздействием на аудиторию - ...**

- а) телевидение
- б) радио
- в) газета

**20. Большинство россиян доверяют...**

- а) государственным СМИ
- б) негосударственным СМИ

**21. Какой источник информации является самым оперативным?**

- а) радио
- б) газета (печатная)
- в) телевидение
- г) баннер на здании

**22. Доля активной аудитории Интернет (выходящих в Сеть хотя бы раз за сутки в России осенью 2014 составила...**

- а) 51%
- б) 61%
- в) 71%
- г) 81%

**23. Сегодня отраслевая социология массовых коммуникаций в России характеризуется...**

- а) значительным массивом эмпирических данных и относительно менее развитой теорией
- б) устоявшейся, хорошо разработанной теорией, четким категориально-понятийным аппаратом и относительно менее развитым эмпирическим уровнем

**24. Поэт читает стихи со сцены дома культуры – есть пример...**

- а) специальной коммуникации
- б) межличностной коммуникации
- в) массовой коммуникации

**25. Сын отправляет СМС отцу – есть пример...**

- а) межличностной коммуникации
- б) специальной коммуникации

- в) массовой коммуникации
- 26. Доктор наук выступает с докладом на социологической конференции – есть пример...**
- а) специальной коммуникации
  - б) массовой коммуникации
  - в) межличностной коммуникации
- 27. Молодой человек и девушка ведут переписку на сайте знакомств – есть пример...**
- а) межличностной коммуникации
  - б) специальной коммуникации
  - в) массовой коммуникации
- 28. Появление станка Гутенберга произошло в...**
- а) 1440 г.
  - б) 1340 г.
  - в) 1540 г.
  - г) 1640 г.
- 29. В Европе газеты появились в начале...**
- а) 17 в.
  - б) 15 в.
  - в) 16 в.
  - г) 18 в.
- 30. В России первая газета появилась в...**
- а) 18 в.
  - б) 16 в.
  - в) 17 в.
  - г) 19 в.
- 31. Субъектами массово-коммуникативной деятельности выступают ...**
- а) все нижеперечисленные
  - б) владельцы отдельных СМК
  - в) журналисты
  - г) массовая аудитория
  - д) политические партии во время предвыборных кампаний
- 32. Выберите наиболее точное определение: массовая коммуникация есть ...**
- а) вид духовно-практической деятельности по переносу, трансляции в массовое сознание (общественное мнение) оценок текущих событий, признаваемых социально актуальными.
  - б) вид духовно-практической деятельности по переносу, трансляции в массовое сознание (общественное мнение) фактов, признаваемых социально актуальными.
  - в) вид духовно-практической деятельности по переносу, трансляции в индивидуальное сознание фактов и оценок текущих событий.
- 33. Источник информации, к которому аудитория, по результатам соц. опросов, испытывает наибольшее доверие - ...**
- а) центральное телевидение
  - б) интернет
  - в) региональное телевидение

- г) центральная пресса
- д) центральное радио

**34. На сегодня в России самая большая аудитория у такого канала массово-информационного воздействия как ...**

- а) телевидение
- б) газета (печатная)
- в) радио
- г) интернет

**35. Какой канал масс-медиа сводит потерю и искажение информации до минимума?**

- а) газета
- б) радио
- в) телевидение

**36. По данным соц. исследований, функции, которые аудитория определяет, как главные функции масс-медиа есть ...**

- а) информационная и развлекательная
- б) информационная и воспитательная
- в) развлекательная и рекламная
- г) информационная и рекламная

**37. Когда МК сложилась как система?**

- а) при переходе от феодального общества к индустриальному
- б) при переходе от аграрного общества к феодальному
- в) при переходе от индустриального к информационному

**38. О четвертой стадии развития цивилизации - так называемом информационном обществе стали говорить в...**

- а) последней трети 20 века
- б) первой трети 20 века
- в) начале 21 века

**39. Коммуникация в современной отечественной социологии рассматривается...**

- а) и как общение нескольких субъектов, и как воздействие субъекта на объект из-за смешения лингвистического и металингвистического уровня языка
- б) как общение нескольких заинтересованных друг в друге и взаимодействующих субъектов
- в) как воздействие субъекта на объект, преследующее цели, заданные субъектом

**40. Какие телевизионные передачи, по данным соц. исследований, занимают первые места в рейтинге?**

- а) национальные программы новостей и полнометражные фильмы
- б) национальные программы новостей и информационно-просветительские программы (по истории, о природе)
- в) общемировые программы новостей и полнометражные фильмы
- г) полнометражные фильмы и спортивные события

**41. Определите период, в рамках которого теории медиаэффектов исходят из принципа неограниченного влияния средств коммуникации на индивидов и**

**общество, социология становится главной наукой, изучающей влияние СМК, а одним из основных объектов исследования является пропаганда.**

- а) 20-е – 40-е гг
- б) 40-е – 60-е гг
- в) 60-е – 70-е гг
- г) 80-е – 90-е гг

**42. Определите период, в рамках которого преобладают теории «минимальных эффектов» или «ограниченного влияния» масс-медиа на индивидов и общество, влияние СМК становится объектом социально-психологических исследований, выдвигается концепция опосредования медиаэффектов межперсональной коммуникацией.**

- а) 40-е – 60-е гг
- б) 20-е – 40-е гг
- в) 80-е – 90-е гг
- г) 60-е – 70-е гг

**43. Определите период, в рамках которого большое внимание уделяется социокультурному и политэкономическому контексту деятельности СМК, говорится о значительном влиянии масс-медиа, особенно в свете появления глобальных технологий, выдвигается принцип культивирования ценностей, в том числе путем их кумуляции, однако влияние коммуникативных технологий рассматривается как опосредованное активностью аудитории, а интерес исследователей переключается от количественных характеристик к анализу содержания.**

- а) 60-е – 70-е гг
- б) 80-е – 90-е гг
- в) 40-е – 60-е гг
- г) 20-е – 40-е гг

**44. Определите период, в рамках которого концепции, большей частью, обращаются к семиотическому и «игровому» анализу текстов, выдвигается принцип полисемии, при котором аудитория обладает значительной степенью свободы, благодаря возможности «декодировать» тексты на основании собственных внутренних и социокультурных характеристик.**

- а) 80-е – 90-е гг
- б) 60-е – 70-е гг
- в) 40-е – 60-е гг
- г) 20-е – 40-е гг

**45. Доля оперативной информации (относительно структурной и фундаментальной) в современном обществе...**

- а) возрастает
- б) снижается
- в) остается неизменной

**46. Цензуру в СМИ поддерживает более...**

- а) более 70 % россиян
- б) менее 50% россиян
- в) более 90% россиян

- г) менее 30% россиян

**47. Информация ...**

- а) существует как в природе, так и в социуме
- б) предполагает наличие сознания
- в) сугубо социальное явление
- г) предполагает субъект – объектные отношения

**48. Общение ...**

- а) предполагает субъект – субъектные отношения
- б) предполагает субъект – объектные отношения
- в) существует как в природе, так и в социуме

**49. Основные функции первых газет - ...**

- а) реклама и политические прокламации
- б) политические прокламации и просвещение
- в) реклама и развлечение
- г) политические прокламации и развлечение

**50. Массовая коммуникация с точки зрения сущности есть ...**

- а) воздействие на общество путем внедрения в массовое сознание определенной системы ценностей
- б) массово-информационная деятельность, характеризующаяся сбором, обработкой и распространением информации
- в) совокупность жанров
- г) совокупность каналов

**51. Массовая коммуникация с точки зрения явления есть ....**

- а) массово-информационная деятельность, характеризующаяся сбором, обработкой и распространением информации
- б) воздействие на общество путем внедрения в массовое сознание определенной системы ценностей
- в) совокупность жанров
- г) совокупность каналов

**52. Массовая коммуникация с точки зрения внешней формы есть ...**

- а) совокупность каналов
- б) совокупность жанров
- в) воздействие на общество путем внедрения в массовое сознание определенной системы ценностей
- г) массово-информационная деятельность, характеризующаяся сбором, обработкой и распространением информации

**53. Массовая коммуникация с точки зрения внутренней формы есть ...**

- а) совокупность жанров
- б) совокупность каналов
- в) воздействие на общество путем внедрения в массовое сознание определенной системы ценностей
- г) массово-информационная деятельность, характеризующаяся сбором, обработкой и распространением информации

**54. Какая группа населения наиболее критично оценивает деятельность СМИ, усматривая сильное влияние последних на личность и общество?**

- а) средний возраст, с высшим образованием
- б) молодежь с неполным высшим образованием
- в) средний возраст, со средним образованием
- г) пожилые люди

**55. Самостоятельным объектом научных исследований коммуникация стала в ...**

- а) 20 в.
- б) 21 в.
- в) 18 в.
- г) 19 в.

**56. Российские СМИ освещают текущие события в стране в целом объективно, по мнению...**

- а) 2/3 россиян
- б) 1/4 россиян
- в) 1/2 россиян
- г) 90% россиян

**57. Печатные газеты и журналы читают ...**

- а) более 60% россиян
- б) менее 50% россиян
- в) более 80% россиян
- г) менее 25% россиян

**58. Как относятся к цензуре россияне?**

- а) большинство считает, что существуют проблемы и темы, информацию о которых допустимо исказить в государственных интересах, еще больше тех, кто считает, что в некоторых случаях допустимо умалчивать информацию в интересах государства
- б) большинство считает, что в некоторых случаях допустимо умалчивать информацию в государственных интересах, но не согласны с возможностью подачи искаженной информации
- в) большинство считает, что ни исказить информацию, ни утаивать ее от общества недопустимо

**59. Наиболее оптимальным средством для передачи смыслов в их социологическом значении, а именно как моделей поведения, а также для негативной оценки девиантных поведенческих стратегий является....**

- а) кинофильм
- б) радиопьеса
- в) выпуск новостей
- г) рекламный ролик

**60. Точкой отсчета для социологии массовых коммуникаций, когда немецкий социолог М. Вебер методологически обосновал необходимость изучения прессы с позиций понимающей социологии, показал ориентацию периодической печати на различные социальные структуры, ее влияние на формирование человека как члена социума, сформулировал основные требования, предъявляемые к журналисту, обосновал метод анализа прессы, условно можно считать ....**

- а) 1910 г.
- б) 1890 г.

в) 1940 г.

г) 1960 г.

**61. Создание однонаправленной модели коммуникативного акта (воздействие массовой коммуникации на аудиторию рассматривается по схеме «стимул – реакция») принадлежит...**

а) Г. Лассуэллу

б) В. Липпману

в) П. Лазарсфельду

г) М. Хоркхаймеру

**62. Автором одной из первых работ по проблематике массовой коммуникации «Общественное мнение» (1922 г.) является...**

а) В. Липпман

б) М. Вебер

в) Г. Лассуэлл

г) П. Адорно

**63. Основоположником теории «минимального эффекта» медиа является...**

а) П. Лазарсфельд

б) Т. Адорно

в) М. Хоркхаймер

г) Б. Берельсон

**64. Автором теории всеобщей социальной ответственности и «четырех теорий прессы» является...**

а) У. Шрамм

б) Г. Лассуэлл

в) Г. Маклюэн

г) Б. Берельсон

**65. Концепцию удовлетворения потребностей аудитории разработал...**

а) Б. Берельсон

б) Р. Мертон

в) Т. Питерсон

г) Дж. Гербнер

**66. Теория культивирования (культивации) была создана...**

а) Дж. Гербнером

б) М. Вебером

в) Э. Ноэль-Нойман

г) С. Холлом

**67. Концепция «спирали молчания» была выдвинута...**

а) Э. Ноэль-Нойман

б) К.Б. Йенсенем

в) П. Бурдые

г) Г. Иннисом

**68. Основоположником теории неограниченного влияния медиа выступил...**

а) Г. Лассуэлл

б) П. Лазарсфельд

в) Р. Мертон

г) П. Бурдые

- 69. Представителем канадской школы средства (теории средства), сформулировавшим тезис «средство есть сообщение» является...**
- а) М. Маклюэн
  - б) Т. Адорно
  - в) П. Лазарсфельд
  - г) Г. Лассуэл
- 70. Двухступенчатая модель коммуникации подразумевает схему:**
- а) СМИ – лидеры мнений – получатели
  - б) СМИ – массовая аудитория
  - в) СМИ – массовая аудитория – СМИ
  - г) СМИ – лидеры мнений – СМИ
- 71. В рамках исследования Э. Ноэль-Нойман «железнодорожный» тест было выявлено, что обсуждать неоднозначную тему готовы скорее...**
- а) мужчины, нежели женщины, молодые, нежели старики, представители высших слоев, нежели представители низших слоев
  - б) женщины, нежели мужчины, молодые, нежели старики, представители высших слоев, нежели представители низших слоев
  - в) мужчины, нежели женщины, молодые, нежели старики, представители низших слоев, нежели представители высших слоев
  - г) мужчины, нежели женщины, старики, нежели молодые, представители высших слоев, нежели представители низших слоев
- 72. Авторитарная концепция (труд У. Шрамма и др. «Четыре теории прессы») ....**
- а) отмечает необходимость зависимости прессы от существующей власти и возможность полной реализации человеческого потенциала только в рамках членства в обществе.
  - б) рассматривает цензуру как лишение человека возможности жить по-христиански.
  - в) подчеркивает, что свобода выражения мнений основана на моральном обязательстве человека следовать своим убеждениям, своей совести.
  - г) рассматривает наличие государственной цензуры как узаконенный деспотизм, препятствие для возможности достижения гражданами.
- 73. Либертарианская теория (труд У. Шрамма и др. «Четыре теории прессы») ....**
- а) рассматривает свободу выражения мнения как естественное и неотъемлемое право человека и наделяет массовую коммуникацию правом контролировать государственную деятельность, но не наоборот
  - б) отмечает необходимость зависимости прессы от существующей власти и возможность полной реализации человеческого потенциала только в рамках членства в обществе
  - в) не считает свободу выражения мнения абсолютным правом личности, но основывается на обязательстве человека перед своим образом мысли, своими убеждениями и своей совестью
- 74. Теория социальной ответственности (труд У. Шрамма и др. «Четыре теории прессы») ....**
- а) не считает свободу выражения мнения абсолютным правом личности, но основывается на обязательстве человека перед своим образом мысли, своими убеждениями и своей совестью

- б) предопределяет зависимость прессы от существующей власти и возможность полной реализации человеческого потенциала только в рамках членства в обществе
- в) рассматривает свободу выражения мнения как естественное и неотъемлемое право человека и наделяет массовую коммуникацию правом контролировать государственную деятельность, но не наоборот

**75. Укажите верную модель коммуникативного акта, разработанную Г. Лассуэллом.**

- а) кто сообщает – что – по какому каналу – кому – с каким эффектом
- б) кто сообщает - что – по какому каналу – кому
- в) кто сообщает – по какому каналу – кому - что - с каким эффектом
- г) что сообщает – кто сообщается – кому – по какому каналу

**76. Отечественная социология массовых коммуникаций в советское время преимущественно развивалась в рамках...**

- а) теории и социологии журналистики
- б) теории виртуальных коммуникаций
- в) теории межличностной и деловой коммуникации
- г) кибернетики

**77. Теория «привратника» подразумевает...**

- а) вариант «мягкой» цензуры, связанный с информационным переизбытком, когда из-за невозможности осветить все события редакторы производят их отбор в соответствии с социальными законами и нормами, а индивиды в соответствии с собственными убеждениями
- б) вариант «жесткой» цензуры, связанный с селекцией информации редактором по указке сверху
- в) снятие у аудитории психологических, а также социокультурных барьеров в процессе приема медийной информации с помощью техник нейролингвистического программирования

**78. Медиафрейминг – ...**

- а) метод отбора некоторых аспектов воспринимаемой реальности и превращений их в более значимые
- б) метод расчета индекса качества медиа, включающий оценку следующих характеристик
- в) метод повышения эффективности воздействия медиа на аудиторию за счет применения техник нейролингвистического программирования
- г) технология получения выводов на основе анализа содержания текста

**79. Коммуникативный резонанс - ...**

- а) явление массового сознания, когда эффект от информационного воздействия значительно превышает первоначально затраченные усилия за счет соответствия содержания информационного воздействия ожиданиям масс
- б) явление массового сознания, когда эффект от информационного воздействия значительно возрастает за счет применения техник нейролингвистического программирования
- в) явление массового сознания, когда эффект от информационного воздействия повышается за счет улучшения следующих характеристик издания:

информативность – актуальность – достоверность – объективность –  
независимость суждений – представительность мнений

**80. Концепция «спирали молчания» предполагает, что...**

- а) средства массовой коммуникации могут манипулировать общественным мнением за счет предоставления слова меньшинству вместо большинства
- б) средства массовой коммуникации могут усиливать влияние на массовое сознание за счет использования техник нейролингвистического программирования
- в) средства массовой коммуникации целесообразно учитывать, что при адаптации массовой аудитории к новым идеям последняя проходит следующие этапы: внимание – интерес – оценка – проверка - принятие

**81. Какому уровню социологии массовых коммуникаций соответствует категория «аудитория города Курска»?**

- а) инженерным исследованиям, социальной инженерии в виде конкретной эмпирической социологии журналистики и средств массовых коммуникаций, а также социологии общественного мнения
- б) социологии массовых коммуникаций как частной (специальной) теории (теории среднего уровня)
- в) социологической науке о массовых коммуникациях - уровню общей теории массовых коммуникаций
- г) философско-социологическим проблемам теории массовых коммуникаций - уровню картины мира

**82. Какому уровню социологии массовых коммуникаций соответствует категория «субъект»?**

- а) философско-социологическим проблемам теории массовых коммуникаций - уровню картины мира
- б) социологической науке о массовых коммуникациях - уровню общей теории массовых коммуникаций
- в) социологии массовых коммуникаций как частной (специальной) теории (теории среднего уровня)
- г) инженерным исследованиям, социальной инженерии в виде конкретной эмпирической социологии журналистики и средств массовых коммуникаций, а также социологии общественного мнения

**83. Какому уровню социологии массовых коммуникаций соответствует категория «субъект массово-коммуникативной деятельности»?**

- а) социологической науке о массовых коммуникациях - уровню общей теории массовых коммуникаций
- б) социологии массовых коммуникаций как частной (специальной) теории (теории среднего уровня)
- в) инженерным исследованиям, социальной инженерии в виде конкретной эмпирической социологии журналистики и средств массовых коммуникаций, а также социологии общественного мнения
- г) философско-социологическим проблемам теории массовых коммуникаций - уровню картины мира

**84. Какому уровню социологии массовых коммуникаций соответствует категория «городская аудитория»?**

- а) социологии массовых коммуникаций как частной (специальной) теории (теории среднего уровня)
- б) социологической науке о массовых коммуникациях - уровню общей теории массовых коммуникаций
- в) философско-социологическим проблемам теории массовых коммуникаций - уровню картины мира
- г) инженерным исследованиям, социальной инженерии в виде конкретной эмпирической социологии журналистики и средств массовых коммуникаций, а также социологии общественного мнения

**85. Один из самых оперативных информационных жанров, предоставляющий аудитории некомментируемую информацию, предполагающий лаконичный текст, в основе которого лежит социально значимый факт общественной жизни, в рамках которого отвечают на вопросы: кто? что? когда? где?**

- а) заметка
- б) очерк
- в) эссе
- г) памфлет

**86. Информационный жанр, отличающийся динамичной и емкой формой, повествующий о реально происходящем событии после того, как оно произошло - ...**

- а) отчет
- б) зарисовка
- в) эссе
- г) фельетон

**87. Основной сатирический жанр, направленный на высмеивание отдельных, единичных фактов, основу которого составляют строго проверенные события и имена - ...**

- а) фельетон
- б) памфлет
- в) эссе
- г) зарисовка

**88. Сатирическое произведение, написанное в жанре гражданского, социально-политического обвинения, критикующее социальный порок, имеющий устойчивую повторяющуюся форму - ...**

- а) памфлет
- б) фельетон
- в) зарисовка
- г) очерк

**89. Один из основных художественных жанров, лежащий на границе между исследованием и рассказом, отличающийся подлинностью освещаемых событий, документальностью описываемого материала, претендующий на логичность, глубину и композиционную завершенность - ...**

- а) очерк
- б) зарисовка

- в) репортаж
- г) отчет

**90. Художественный жанр с преобладанием общих суждений и выводов над фактическим материалом, размышление в том или ином направлении, как правило, содержащее элемент глобальности, проекция личности автора на события действительности - ...**

- а) эссе
- б) очерк
- в) репортаж
- г) фельетон

**91. Аналитический жанр, предполагающий изложение мнения о том или ином факте, явлении или событии компетентного человека, освещающего обнаруженные им причинно-следственные связи и дающего прогноз возможному дальнейшему развитию - ...**

- а) комментарий
- б) отчет
- в) зарисовка
- г) эссе

**92. Аналитический жанр, характеризующийся строгой фактологичностью, широтой исследования материала, нередко ограниченностью хронологическими рамками - ...**

- а) обозрение
- б) эссе
- в) зарисовка
- г) фельетон

**93. Какая часть аудитории, по данным исследований, частично или полностью поддается воздействию НЛП?**

- а) полностью – 20%, частично – 70%
- б) полностью – 5%, частично – 50%
- в) полностью – 0%, частично – 90%
- г) полностью – 0%, частично – 20%

**94. Доля активной аудитории Интернет (выходящих в Сеть хотя бы раз за сутки) в России осенью 2014 составила...**

- а) 46% взрослых и 89% подростков (12-17 лет)
- б) 36% взрослых и 79% подростков (12-17 лет)
- в) 56% взрослых и 89% подростков (12-17 лет)
- г) 66% взрослых и 99% подростков (12-17 лет)

**95. Коммуникативное свойство, позволяющее информационным сообщением преодолевать пространство - ...**

- а) диатопность
- б) репликация
- в) симультанность
- г) мультиплицирование

**96. Коммуникативное свойство, благодаря которому сообщение сохраняется во времени - ...**

- а) диахронность

- б) репликация
- в) simultанность
- г) мультиплицирование

**97. Свойство, реализующее регулирующее воздействие массовой коммуникации - ...**

- а) репликация
- б) диатопность
- в) диахронность
- г) мультиплицирование

**98. Свойство коммуникационного процесса, позволяющее представлять адекватные сообщения множеству людей практически одновременно - ...**

- а) simultанность
- б) репликация
- в) диатопность
- г) мультиплицирование

**99. Коммуникативное свойство, благодаря которому сообщение подвергается многократному повторению с относительно неизменным содержанием - ...**


- а) мультиплицирование
- б) репликация
- в) диахронность
- г) simultанность

**100. Величина аудитории каждого канала в конкретный временной период, исчисляющаяся от количества людей, имеющих в этот момент включенные теле- или радиоприемники, показывающая распределение зрителей или слушателей между каналами в фиксированный момент времени - ...**

- а) шер
- б) рейтинг
- в) аудиметр
- г) фокус-группа

### **Критерии оценки:**

- 6 баллов выставляется обучающемуся, если Все оценочные показатели выполнены на высоком уровне, знания безупречны;
- 4-5 баллов выставляется обучающемуся, если в целом показана успешная демонстрация знаний, умений и навыков;
- 1-3 баллов выставляется обучающемуся, если демонстрация знаний, умений и навыков с существенными недостатками по оценочным показателям, как в количественном, так и в качественном аспекте.

Составитель \_\_\_\_\_  \_\_\_\_\_ О.А. Гримов  
(подпись)

«\_31\_»\_08\_\_\_\_\_2020 г.