

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Емельянов Сергей Геннадьевич

Должность: ректор

Дата подписания: 22.07.2024 13:56:16

Уникальный программный ключ:

9ba7d3e34c012eba476ffd2d064cf2781953be730df2374d16f3c0ce536f0fc6

МИНОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИИ

Юго-Западный государственный университет

УТВЕРЖДАЮ:

Заведующий кафедрой
философии и социологии
(наименование кафедры полностью)



Л.В. Килимова

(подпись, инициалы, фамилия)

«01» июля 2024 г.

ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА

для текущего контроля успеваемости
и промежуточной аттестации обучающихся
по дисциплине

Социология массовых коммуникаций и
информационных систем

(наименование дисциплины)

39.03.01 Социология направленность (профиль) «Социология
маркетинга и управление организацией»

код и наименование ОПОП ВО

1 ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ

1.1 ВОПРОСЫ ДЛЯ СОБЕСЕДОВАНИЯ

Тема 1. Предмет и объект социологии массовых коммуникаций.

1. Объект и предмет исследования социологии массовых коммуникаций.
2. Структура наук о массовой коммуникации, особенности социологического подхода.
3. Уровни социологического изучения массовой коммуникации: методологический анализ, специальная социологическая теория массовой коммуникации, эмпирические исследования.
4. Место социологии массовой коммуникации 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)

Тема 3. Направления исследований массовой коммуникации в рамках теоретической социологии

1. Начальный этап становления социологии коммуникации.
2. Формирование понятийного аппарата.
3. Развитие специфических социологических методов сбора информации о социальных процессах и состояниях.
4. Формирование культуры процедуры измерения.
5. Становление социологии массовой коммуникации как теории среднего уровня. Марксизм и теории массовой коммуникации.
6. 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.).
7. Идеологемы как теоретические основания формирования представлений о массовой коммуникации.
8. Исследование массовой коммуникации в рамках теории журналистики.
9. Введение в научный оборот понятия «массовая коммуникация» вместо понятия «СМИП».
10. Формирование лабораторий и подразделений по изучению СМИ и общественного мнения.
11. 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.).

Тема 5. Массовая коммуникация как система деятельности.

1. Изучение теоретическими методами всех звеньев массовой коммуникации на уровне общей социологической теории.
2. Изучение теоретическими методами всех звеньев массовой коммуникации на уровне частной социологической теории
3. Исследования коммуникатора (персонифицированного и безличного).
4. Анализ содержания массовой коммуникации.
5. Исследования каналов массовой коммуникации.
6. Исследования аудитории средств массовой коммуникации.
7. Понятие коммуникации, общения, информации.
8. Понятие деятельности.
9. Массовая коммуникация как вид регулятивной деятельности.
10. Потребности и интересы как побудительные мотивы деятельности.
11. Массовая коммуникация как духовно-практическая деятельность.
12. Понятие массово-коммуникативного как информационного воздействия на большие общности людей (аудиторию).
13. Понятие деятельностного ряда.
14. Массово-коммуникативный акт: объективная реальность – коммуникатор – каналы распространения – аудитория.

Тема 7. Ценности как основа деятельности субъектов массово-коммуникативного процесса.

1. Понятие ценности.
2. Ценность как конечное основание целеполагания.
3. Ценности и оценки.
4. Роль ценностей в формировании интересов социальных субъектов.
5. Политические, профессиональные, психологические, творческие ценности и их реализация в деятельности массовой коммуникации.
6. Ценности как критерий уровня развития общества.
7. Содержание массовой коммуникации как показатель ценностных ориентаций субъектов различных уровней и социальных сфер.
8. Свобода как ценность в деятельности массовой коммуникации.
9. История формирования и представлений о свободу печати.
10. Понятие и сущность свободы.
11. Свобода как способность субъекта контролировать условия собственного существования.
12. Понятие свободы печати и свободы слова.
13. Сущность свободы печати.
14. Четыре концепции свободы прессы.
15. Цензура.
16. Понятие плюрализма мнений.
17. Проблема социальной ответственности массовой коммуникации.

18. Необходимость государственного регулирования свободы печати.
19. Юридические ограничители свободы печати.
20. Финансовая зависимость деятельности массовой коммуникации как проявление свободы определенных субъектов социальных интересов.
21. Выражение мнений аудитории как проблема свободы слова.

Тема 9. Объект в системе массово-коммуникативной деятельности.

1. Виды массовых коммуникаций (кино, видеопрокат, магнитофонные записи, реклама, художественная литература и др.).
2. Различные модели коммуникации.
3. Множественность представлений о массовой коммуникации.
4. Понятие массовой коммуникации.
5. Сущность, явление, содержание и формы массовой коммуникации (СМК) как стороны массовой коммуникации.
6. Особенности продуктов деятельности СМК (доступность, периодичность, социальная значимость информации, устойчивость процесса организации, универсальность информации, наличие постоянной аудитории, институализированность).
7. Журналистика как творческая сторона деятельности массовой коммуникации.
8. Текст в системе массовой коммуникации.
9. Массовая коммуникация и общение.
10. Деятельность массовой коммуникации по созданию поля для общения.
11. Аудитория как объект воздействия и как источник информации.
12. Место массовой коммуникации в коммуникативном пространстве.
13. Роль массовой коммуникации в интеграции общества, в обеспечении механизма социальной устойчивости.

Тема 11. Формы и методы массово-коммуникативного воздействия на аудиторию в процессе функционирования массовой коммуникации.

1. Массовое сознание как объект деятельности массовой коммуникации.
2. Социальная природа сознания.
3. Различные подходы к исследованию массового сознания.
4. Определение массового сознания по субъектам отражения.
5. Понятие массы.
6. Понятие «экспроуповой массы» (Б.А. Грушин).
7. Количественный критерий выделения массы (различные социальные образования: религия, национальность, класс и др.).
8. Элитарный подход.
9. Объекты массового сознания как основания для классификации (различные ориентации людей, установки, поведенческие уровни).

10. Индивидуальное, групповое, специализированное сознание.
11. Понятие массового сознания, непосредственно включенного в практическую деятельность.
12. Практическое сознание.
13. Обыденное сознание.
14. Общественное мнение как состояние массового сознания.

Тема 13. Структура системы средств массовых коммуникаций.

1. Массовая информация в деятельности массовой коммуникации.
2. Массовая коммуникация как функциональная система.
3. Структурно-функциональный подход в анализе деятельности массовой коммуникации.
4. Развитие представлений о функциях массовых коммуникаций в зарубежной и отечественной науке.
5. Факторы эффективного функционирования массовых коммуникаций, реализации их роли в системе социальных процессов.
6. Агитация, пропаганда и контрпропаганда как методы деятельности массовой коммуникации.
7. Прагматическое и социально-психологическое моделирование.
8. Психологические методы воздействия массовой коммуникации на аудиторию.
9. Факторы, способствующие эффективному воздействию массовой коммуникации на аудиторию.
10. Аудиторные показатели эффективности деятельности массовой коммуникации.
11. Особенности массовой коммуникации как социального института, его задачи и место в системе социальных институтов общества.
12. Массово-коммуникативная деятельность как форма политического и социального контроля.
13. Типы средств массовых коммуникаций (государственно-общественные, государственные, коммерческие) и модели социального управления.
14. Правовые нормы и этические нормы, регулирующие деятельность массовой коммуникации.
15. Печать, радио и телевидение в системе средств массовой коммуникации, основные характеристики и способы воздействия на аудиторию.
16. Интернет как специфическая структура массовых коммуникаций.
17. Информационные и рекламные агентства, службы связи с общественностью и социологические службы.
18. Анализ жанров.

Шкала оценивания: 2- балльная.

Критерии оценивания:

2 балла (или оценка «**отлично**») выставляется обучающемуся, если он принимает активное участие в беседе по большинству обсуждаемых вопросов (в том числе самых сложных); демонстрирует сформированную способность к диалогическому мышлению, проявляет уважение и интерес к иным мнениям; владеет глубокими (в том числе дополнительными) знаниями по существу обсуждаемых вопросов, ораторскими способностями и правилами ведения полемики; строит логичные, аргументированные, точные и лаконичные высказывания, сопровождаемые яркими примерами; легко и заинтересованно откликается на неожиданные ракурсы беседы; не нуждается в уточняющих и (или) дополнительных вопросах преподавателя.

1 балл (или оценка «**хорошо**») выставляется обучающемуся, если он принимает участие в обсуждении не менее 50% дискуссионных вопросов; проявляет уважение и интерес к иным мнениям, доказательно и корректно защищает свое мнение; владеет хорошими знаниями вопросов, в обсуждении которых принимает участие; умеет не столько вести полемику, сколько участвовать в ней; строит логичные, аргументированные высказывания, сопровождаемые подходящими примерами; не всегда откликается на неожиданные ракурсы беседы; не нуждается в уточняющих и (или) дополнительных вопросах преподавателя.

0 баллов (или оценка «**неудовлетворительно**») выставляется обучающемуся, если он не владеет содержанием обсуждаемых вопросов или допускает грубые ошибки; пассивен в обмене мнениями или вообще не участвует в дискуссии; затрудняется в построении монологического высказывания и (или) допускает ошибочные высказывания; постоянно нуждается в уточняющих и (или) дополнительных вопросах преподавателя.

1.2 ВОПРОСЫ И ЗАДАНИЯ В ТЕСТОВОЙ ФОРМЕ

Тема 2. История развития социологии массовой коммуникации.

1. Историю развития коммуникаций хронологически можно рассматривать как:

а) Как стадии коммуникационных революций: 1) изобретение письменности; 2) изготовление печатного станка (эра Гутенберга); 3) внедрение электронных масс-медиа (“Третья волна” Э.Тоффлера); 4) развитие интерактивной электронной коммуникации и виртуализация коммуникаций (“Четвертая волна” Ф.Шаркова)

б) Преодоление физических, географических, административно-государственных, цензурных границ

в) Историческое изучение социальных факторов, обуславливающие влияние массовой коммуникации на формирование общественного мнения

г) Переход от межличностных к межгрупповым и массовым формам коммуникации

2. Основоположниками семиотики являются:
Выберите один или несколько ответов:

- а) Кули Ч.Х.
- б) Пирс Ч.С.
- в) Тард Г.
- г) де Соссюр Ф.

3. Деятельность массовой коммуникации как сформировавшегося вида социальной деятельности привлекла внимание ученых в:

- а) 15 в.
- б) первой четверти 20 в.
- в) 18 в.
- г) 1967 г.

4. Имя американского социолога чикагской социологической школы, который ввел понятие «коммуникация»:

- а) де Соссюр Ф.
- б) Кули Ч.Х.
- в) Пирс Ч.С.
- г) Тард Г.

5. Аристотель выделил несколько принципов, с помощью которых можно добиться внимания аудитории:

Выберите один или несколько ответов:

- а) этос
- б) этнос
- в) логос
- г) пафос

6. Автором модели массовой коммуникации «КТО говорит? — ЧТО сообщает? — КОМУ? — По какому КАНАЛУ? - С каким ЭФФЕКТОМ?» является:

- а) Б.М. Фирсов
- б) Лассуэлл
- в) Ю.А. Шерковин
- г) В.Э. Шляпентох

7. Методы, разработанные О.Контом для исследования общества:

Выберите один или несколько ответов:

- а) исторический
- б) эксперимента
- в) наблюдения
- г) контекст-анализ
- д) сравнительный

8. Н. Луман определяет СМИ как:

- а) важнейший канал скрытого идеологического воздействия
- б) механизм «символического насилия»
- в) основной источник «гиперреальности» — реальности образов
- г) особая система, с присущей ей специфической логикой функционирования

9. Ю. Хабермас определяет СМИ как:

- а) особая система, с присущей ей специфической логикой функционирования
- б) основной источник «гиперреальности» — реальности образов
- в) механизм «символического насилия»
- г) среда, исключая рациональную коммуникацию

10. Симулякр, в понимании Ж. Бодрийара - это:

- а) изобилие образов, которые не передают никакого смысла
- б) «гиперреальность»
- в) «копия копии»
- г) переизбыток информации

11. По Ж. Д'Арси права человека на коммуникацию, включают:

- а) Возможность обеспечения материальных условий коммуникации
- б) Возможность обеспечения иматериальных и духовных условий коммуникации
- в) Возможность обеспечения материальных условий коммуникации и условия для развития рыночных отношений
- г) Возможность обеспечения исключительно духовных условий коммуникации

12. Вставьте слово вместо пропуска.
«Спираль молчания» была открыта ...

13. Установите последовательность информационных «революций» с учетом появления информационных носителей:

1. появление письменности
2. изобретен печатный пресс с наборным шрифтом
3. появление радио, телевидения
4. появление первой рукописной книги

Ответ: _____

14. Установите соответствие между видом информации и ее определением:

Вид информации	Определение
1. Оперативная	А. Совокупность знаний,

	основанных на опыте людей, эмпирической практике, наблюдениях и экспериментах науки, которые накапливает сообщество в целях выживания и сохранения себя как целостности
2. Структурная	В. Совокупность сведений о сегодняшнем дне, которая помогает членам сообщества ориентироваться в социуме, адаптироваться в сложной социальной действительности
3. Фундаментальная	С. Совокупность ценностей, идеалов, запретов, основанных на силе, авторитете социальных институтов, генерирующих их (власть, религия, искусство и т.д.), на которые ориентируется сообщество в целях выживания и сохранения себя как целостности

Ответ: _____

Тема 4. Направления и методы эмпирических исследований массовой коммуникации.

1. К характеристикам контент-анализа относятся:

Выберите один или несколько ответов:

- а) формализованный метод анализа содержания документов
- б) может быть количественным и качественным
- в) изучение и интерпретация содержания документа исследователем, формулирующим
- г) определённые выводы как на основе изученного им текста, так и на основе уже имеющихся у него данных
- д) применяется обычно при исследовании достаточно обширных массивов текстов

2. Критериями общественного мнения могут быть:

Выберите один или несколько ответов:

- а) социальный интерес
- б) позитивность
- в) компетентность
- г) дискуссионность

3. К методам эмпирических исследований массовой коммуникации относятся:

Выберите один или несколько ответов:

- а) научного абстрагирования

- б) качественные
- в) опрос
- г) количественные

4. Наиболее распространенные методы сбора социологической информации:

Выберите один или несколько ответов:

- а) наблюдения
- б) эксперимента
- в) интервью
- г) анкетного опроса

5. Что такое формализованное интервью?

- а) заранее не сформулированные вопросы и проводится в форме беседы
- б) достаточно длительная и неформализованная беседа интервьюера и респондента
- в) использование заранее составленного опросника, которому следует интервьюер
- г) углублённое (глубокое) интервью

6. Виды анкетного опроса на основании классификации вопросов по форме:

Выберите один или несколько ответов:

- а) личный (безличный)
- б) открытый
- в) полужакрытый
- г) наблюдение
- д) закрытый
- е) прямой (косвенный)

7. Опрос - это:

- а) составление полного пронумерованного списка всей генеральной совокупности с последующим случайным отбором респондентов из этого списка при помощи таблицы случайных чисел или компьютера
- б) наиболее распространённый метод получения фактической информации
- в) стратифицированная выборка
- г) анкета, заполняемая либо самим респондентом, либо исследователем, который фиксирует ответы респондента

8. Стратифицированная выборка - это:

- а) использование метода квот
- б) отбор единиц анализа по определенному слою (страте)
- в) отбор единиц анализа по определённым группам — кластерам
- г) использование принципа случайности

9. Что такое выборка?

- а) в части генеральной совокупности, подвергаемой опросу
- б) выбор социологом исследуемой проблемы
- в) выбор целей и задач социологического исследования
- г) выбор метода социологического исследования

10. Метод социологического исследования, который используется при изучении такого объекта, как мнения людей по поводу чего-либо, называется

...

- а) эксперимент
- б) контент-анализ
- в) изучение документов
- г) опрос

11. Найдите определение понятию «генеральная совокупность»

- а) совокупность людей, объединенных общими целями и интересами
- б) вся совокупность элементов, имеющих общие социальные характеристики, свидетельствующие о принадлежности к единому объекту социологического исследования
- в) социологическая категория, характеризующая общие черты различных сторон и условия жизни человека, качественную сторону удовлетворения человеческих потребностей
- г) упорядоченная совокупность должностных лиц, социально значимых индивидов, которые обретают социальное положение (пользуются особыми правами) по воле властных структур

12. Основной формой опроса в социологическом исследовании является:

_____ -

13. Установите последовательность этапов отчета по итогам социологического исследования:

- 1. характеристика параметров исследования
- 2. характеристика объекта по социально-демографическим признакам
- 3. обоснование актуальности изучаемой проблемы
- 4. поиск ответов на выдвинутые в программе гипотезы
- 5. практические рекомендации, базирующиеся на общих выводах

Ответ: _____

14. Соотнесите методы социологического анализа с их названиями и выберите правильную комбинацию ответов

Названия:

- 1. Документальный метод
- 2. Драматический подход

3. Тестирование

Методы:

а) процесс выявления скрытых характерных качеств человека или группы лиц путем их краткосрочного испытания

б) способ извлечения и анализа социологической информации путем рассмотрения и объяснения документа в его социальном контексте

в) метод изучения и интерпретации социальных явлений и действий людей, которые рассматриваются как взаимодействия «актеров» с присущими им социальными ролями

Ответ: _____

Тема 6. Субъекты массово-коммуникативной деятельности.

1. Субъектами пропаганды являются:

Выберите один или несколько ответов:

а) обученные кадры пропагандистов

б) государственные органы

в) коммуникационные системы

г) политические партии, организации, движения и другие объединения граждан

2. Семиотика - это:

а) специальные каналы и передатчики, благодаря которым происходит распространение информационных сообщений на большие территории

б) научная дисциплина, изучающая природу, виды и функции знаков, знаковых систем и знаковую деятельность человек

в) процесс распространения информации с помощью технических средств на численно большие, рассредоточенные аудитории

г) социально обусловленный процесс передачи и восприятия информации в условиях общения на основе использования различных каналов и средств

3. Профессионализм коммуникатора характеризуется:

Выберите один или несколько ответов:

а) адресность

б) эффект новизны

в) характер подачи материала

г) вызываемый средством коммуникации интерес у аудитории

4. Способ реализации форм коммуникативного воздействия, который осуществляется с помощью слов, букв и символов называется:

а) невербальным

б) подражанием

в) вербальным

г) логическим

5. Понятие «общение» обозначает:

- а) процесс распространения информации с помощью технических средств на численно большие, рассредоточенные аудитории
- б) социально обусловленный процесс передачи и восприятия информации в условиях общения на основе использования различных каналов и средств
- в) процесс непосредственного воздействия субъектов друг на друга, порождающий их взаимную обусловленность
- г) социально обусловленный процесс непосредственного обмена мыслями и чувствами между людьми в различных сферах деятельности

6. Эффективность коммуникатора - это:

- а) зависимость доверия информации от доверия коммуникатору подтверждена эмпирическими исследованиями
- б) измерение мотивов поведения
- в) доступность средства массовой коммуникации (коммуникатора)
- г) степень успешности действий коммуникатора по целенаправленному формированию мотивов поведения аудитории в интересах субъекта

7. Люди, которые проводят у телевизионных экранов все свободное время, в результате чего у них формируется некритическое отношение к получаемой информации, называются:

- а) реципиентами;
- б) легкими зрителями;
- в) тяжелыми зрителями.

8. Методом манипулятивного воздействия на подсознание людей при помощи особых форм внушения, которые создают достаточно прочные психологические установки, побуждающие впоследствии к вполне определенным действиям, является:

- а) агитация;
- б) пропаганда;
- в) нейролингвистическое программирование.

9. Процент аудитории целевой группы, охваченной телепрограммой, печатным изданием, радиостанцией, интернет-ресурсом в данный момент времени, называется:

- а) долей;
- б) рейтингом;
- в) индексом рейтинга.

10. Речевая тактика, заключающаяся в использовании неожиданной информации:

- а) неожиданность
- б) обращение к авторитету

в) момент неформальности

11. Включает в себя все виды речевой деятельности участников общения: говорение, слушание, письмо, чтение – ... компонент коммуникации:

- а) речевой
- б) процессуальный
- в) знаковый

12. Вставьте пропущенное слово.

Субъекты массово-коммуникативной деятельности не имеют цели всестороннего и полного информирования аудитории. Для них всегда на первом месте остаются их цели и их потребность в прибыли или в особом отношении массовой аудитории.

В процессе осуществления массово-коммуникационной деятельности качество субъектов обретают:

- носители социальных интересов (их цели заключаются во влиянии на массовое сознание)
- владельцы отдельных СМК как субъекты реализации коммерческих интересов
- _____ как субъекты реализации творческих и профессиональных интересов

13. Установите последовательность информационных «революций» с учетом появления информационных носителей:

1. появление письменности
2. изобретен печатный пресс с наборным шрифтом
3. появление радио, телевидения
4. появление первой рукописной книги

Ответ: _____

14. Установите соответствие между науками, изучающими коммуникацию, и предметы их изучения:

1. технические науки	А) коммуникация как процесс взаимодействия между субъектами с целью передачи информации лингвистика
2. психология и социальная психология	Б) проблемы вербальной коммуникации – нормативное и ненормативное употребление слов и словосочетаний в речи устной и письменной, диалогической и монологической
3. культурология	В) проблемы, связанные с социальной природой языка и особенностями его

	функционирования в различных социумах, а также механизм взаимодействия социальных и языковых факторов, обуславливающих контакты между представителями различных социальных групп
4. паралингвистика	Г) возможности и способы передачи, обработки и хранения информации, создание специальных кодов – систем символов и правил, при помощи которых можно представить необходимую информацию
5. социолингвистика	Д) факторы, способствующие коммуникации между людьми, причины, затрудняющие передачу и восприятие информации, а также мотивированность коммуникационного поведения
6. лингвистика	Е) способы невербальной коммуникации – жесты, мимика и другие несловесные коммуникативные

Тема 8. Проблема свободы субъекта субъектов массово-коммуникативной деятельности.

1. К видам пропаганды относятся:

Выберите один или несколько ответов:

- а) фундаментальная
- б) визуальная
- в) монументальная
- г) устная
- д) письменная

2. Формы воспитания, которые определяются обществом:

Выберите один или несколько ответов:

- а) ролевых конфликтов
- б) культурных норм
- в) бытовых правил поведения
- г) ценностей и идеалов

3. Структура социальной нормы состоит из:

Выберите один или несколько ответов:

- а) императива

- б) диспозиции
- в) позиции
- г) санкции

4. Критериями общественного мнения могут быть:

Выберите один или несколько ответов:

- а) социальный интерес
- б) позитивность
- в) компетентность
- г) дискуссионность

5. Термин "общественное сознание" означает:

- а) систему духовных способов отношения людей к миру и к себе, возникающих в процессе жизнедеятельности
- б) целенаправленное воздействие на общественное мнение и социальное поведение людей с целью изменения их сознания
- в) упрощенный схематизированный образ социального объекта
- г) состояние массового сознания, заключающее в себе скрытое (явное) отношение социальных общностей к проблемам, событиям

6. Массовая коммуникация – это:

- а) систематическое распространение сообщений через печать, телевидение, радио, кино, звукозапись, видеозапись среди численно рассредоточенной аудитории;
- б) средства общения, взаимодействия, включая печать, телевидение, радиовещание, информационные агентства, кино и др.;
- в) вся сфера духовной (наука, искусство, литература) и духовнопрактической (образование, воспитание, управление) деятельности.

7. Наиболее активно в современных условиях развиваются функции СМИ:

- а) информационные, развлекательные, а также те, которые обеспечивают художественные и рекламные коммуникации;
- б) аналитические, объективно отражающие условия жизни общества и помогающие личности, различным группам населения вырабатывать адекватное отношение к актуальным общественным явлениям;
- в) актуализации функций в современных условиях не происходит, они остались прежними.

8. Организационно-технические комплексы, позволяющие осуществлять быструю передачу и массовое тиражирование больших объемов словесной, образной, музыкальной информации, это:

- а) интернет-СМИ;
- б) информационные агентства;
- в) СМИ.

9. Назовите модели коммуникации:

- а) «Формула Лассуэлла»;
- б) модель М. Маклюэна;
- в) модель Шеннона-Уивера;
- г) модель Осгуда-Шрамма;
- д) модель Ю. Хабермаса.

10. Пропаганду характеризуют определения:

- а) односторонняя коммуникация, убеждение с целью достижения взаимопонимания и налаживания конструктивного сотрудничества;
- б) односторонняя коммуникация, информационное давление с целью навязывания общественности требуемой точки зрения;
- в) двусторонняя коммуникация, учет реакции общественности на сообщение.

11. Целевой аудиторией СМИ называется:

- а) группа людей, объединенных единой целью;
- б) совокупность людей, к которым обращаются СМИ и которые воспринимают обращенную к ним информацию;
- в) группа людей, которым товары или услуги, рекламируемые в СМИ, предоставляются бесплатно в качестве рекламы

12. Вставьте слово вместо пропуска.

Наибольшей степенью свободы информации характеризуется модель независимых массмедиа и свободного рынка идей. Данная концепция не предполагает...

Ответ: _____

13. Установите последовательность стадий процесса становления информационного общества, по мнению А.И.Ракитова:

- 1. применение электрической аппаратуры связи
- 2. появление книгопечатания
- 3. появление письменности
- 4. появление и распространение языка
- 5. применение компьютеров, базы данных, локальных и глобальных компьютерных сетей

Ответ: _____

14. Установите соответствие между видами невербальных средств общения и соответствующими им примерами.

- 1. Визуальные
- 2. Акустические
- 3. Тактильные
- а) выражение лица и глаз

- б) качество голоса
- в) прикосновения

Ответ: _____

Тема 10. Функции системы массовой коммуникации.

1. Массовая коммуникация является:

- а) одним из важнейших социальных институтов современного общества;
- б) подсистемой социального института общества;
- в) структурным элементом социального института современного общества.

2. В зарубежной литературе в качестве основных функций массовой коммуникации называют:

- а) информирование;
- б) анализ происходящих событий, объективно отражающий условия жизни общества;
- в) образование;
- г) развлечение массовой аудитории.

3. Функции медиа в виде метафор выразил:

- а) Д. Вивиан;
- б) Д. Мак-Куэйл;
- в) Б. Берельсон.

4. К психологическим функциям массовой коммуникации относятся:

- а) функция самоутверждения и познания;
- б) функция социальной потребности;
- в) утилитарная функция.

5. Новая историческая фаза развития цивилизации, в которой главные продукты производства информация и знания, – это:

- а) информационная инфраструктура;
- б) информационное общество;
- в) информационная культура.

6. Отличительными чертами информационного общества являются:

- а) доступность необходимой информации для всех его членов;
- б) способность общества поддерживать информационный обмен;
- в) обеспеченность всех граждан средствами доступа к информации.

7. Какая функция средств массовой коммуникации выходит на первый план в период выборов:

- а) информационная;
- б) регулирующая;

- в) культурная;
- г) развлекательная;
- д) мобилизующая.

8. Какая функция средств массовой коммуникации может быть определена как передача наследия:

- а) информационная;
- б) регулирующая;
- в) культурная;
- г) развлекательная;
- д) мобилизующая.

9. Социальная коммуникация - это:

- а) связь любых материальных объектов;
- б) связь любых социальных субъектов;
- в) связь учреждений, организаций.

10. Механистический подход к коммуникации подразумевает:

- а) однонаправленный процесс кодирования и передачи информации от источника и приема информации получателем сообщения.
- б) совместная деятельность участников коммуникации, в ходе которой вырабатывается общий взгляд на вещи и действия с ними.

11. Деятельностный подход к коммуникации подразумевает:

- а) однонаправленный процесс кодирования и передачи информации от источника и приема информации получателем сообщения.
- б) совместная деятельность участников коммуникации, в ходе которой вырабатывается общий взгляд на вещи и действия с ними.

12. Какая форма коммуникационной деятельности в обществе может быть определена как целенаправленное воздействие коммуникатора на получателя информации?

Ответ: _____

13. Расставьте в порядке появления СМИ:

- а) телевидение;
- б) газеты;
- в) радио.

Ответ: _____

14. Установите соответствие социологов и предложенных ими терминов:

Ключевые понятия	Определения
Маклюэн	Сетевое общество
Белл	Нетократия

Бард и Зодерквист	Глобальная деревня
Ло	Третья волна
Тоффлер	Хинтерланд
Кастельс	Постиндустриальное общество

Ответ: _____

Тема 12. Массовая коммуникация как социальный институт.

1. Впервые термин «коммуникация» появляется:
 - а) в начале нашей эры;
 - б) в начале XX века;
 - в) в середине XIX века.

2. Коммуникация - это:
 - а) общение;
 - б) процесс передачи и обмена информацией;
 - в) общение с помощью технических средств.

3. Массовая коммуникация рассматривается как:
 - а) традиционное общение;
 - б) дистанционное общение.

4. «Массовая коммуникация» относится к следующему разделу общего курса социологии:
 - а) общество и общественные отношения;
 - б) социальная стратификация общества;
 - в) социальные институты.

5. СМИ называют «четвертой властью». Это объясняется:
 - а) Конституцией РФ. Властными структурами являются: законодательная, исполнительная, судебная, СМК;
 - б) тем, что СМК наделены некоторыми властными полномочиями;
 - в) сложившейся традицией. В отношении СМК «четвертая власть» – образное выражение.

6. Равнозначны ли по значению категории «массовая коммуникация» и «массовая информация»?
 - а) да, они идентичны;
 - б) нет, у этих категорий есть общие и специфические черты. Эти категории надо рассматривать с позиций диалектики общего и особенного.

7. Модель массовой коммуникации как однонаправленного, линейного процесса (модель «коммуникативного акта») описал:
 - а) Г. Лассуэлл;
 - б) П. Лазерфельд;
 - в) М. Маклюэн.

8. В обществе СМК являются:
- а) средством формирования общественного мнения;
 - б) средством информирования;
 - в) средством культурного развития;
 - г) средством манипулирования массовым сознанием.

9. Рассматривая идеологию в контексте вопроса о ее роли в обеспечении отношений производства власти, это исследователь говорит о существовании в классовом обществе «репрессивного государственного аппарата» (RSA) и «идеологических государственных аппаратов» (ISA):

- а) Э. Дюркгейм
- б) К. Ясперс
- в) Л. Альтюссер
- г) Ж.П. Сартр

10. Двуступенчатая модель массово-коммуникативной деятельности была предложена:

- а) Лассуэлом;
- б) Лазерсфельдом;
- в) Маклюэном.

11. Социология массовой коммуникации относится:

- а) к фундаментальным, общесоциологическим теориям;
- б) к специальным (частным) социологическим теориям (или «теориям среднего уровня»);
- в) к конкретным (эмпирическим) социологическим исследованиям

12. Вставьте слово вместо пропуска.

Этот подход к исследованию средств массовых коммуникаций рассматривает их как социальный институт, а аудиторию как объект, воспринимающий информацию в зависимости от своих социально-демографических и культурно-образовательных особенностей...

Ответ: _____

13. Установите последовательность элементов развития общественного мнения, по Г. Гегелю:

1. объект (содержание)
2. соотношение "всеобщего" и "особенного" мнения
3. условия существования
4. характер суждения

Ответ: _____

14. Установите соответствие между автором и теорией:

Автор	Теория
-------	--------

1. Альфред Шюц	А. Социальный конструктивизм
2. Никлас Лукман	В. Неофункционализм
3. Питер Бергер и Томас Луман	С. Феноменология
4. Умберто Матурана	Д. Концепция аутопойэзиса

Ответ: _____

Шкала оценивания: 14 балльная.

Критерии оценивания:

Каждый вопрос (задание) в тестовой форме оценивается по дихотомической шкале: выполнено – 1 балл, не выполнено – 0 баллов.

Применяется следующая шкала перевода баллов в оценку по 5-балльной шкале:

14-12 баллов соответствуют оценке «отлично»;

11-9 баллов – оценке «хорошо»;

8-6 баллов – оценке «удовлетворительно»;

5 баллов и менее – оценке «неудовлетворительно».

2 ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ

2.1 БАНК ВОПРОСОВ И ЗАДАНИЙ В ТЕСТОВОЙ ФОРМЕ

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) медиацентристского 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) медиацентристского 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
- г)

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 СМК, 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 искажать 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 искажать 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 «четырёх 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. Лассуэл
- 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 повышение 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) средствам 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) симультанность
- 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) симультанность
- 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) симультанность

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

Вопросы на последовательность

101. Расположите в хронологической последовательности модели коммуникации:

1. Модель Шеннона-Уивера
 2. Модель Лассуэла
 3. Модель Гербнера
 4. Модель Шрамма
 5. Модель Берло
 6. Модель Малецке
- А) 214356
 - Б) 324516
 - В) 134562
 - Г) 245613

102. Расположите в хронологической последовательности элементы коммуникационного процесса:

1. Кодирование и декодирование
2. Сообщение
3. Отправитель

- 4.Получатель
- 5.Канал
- А) 23541
- Б) 32145
- В) 35412
- Г) 25143

103.Расположите в последовательности элементы коммуникационного процесса по модели Шеннона-Уивера:

- 1.Передатчик (кодирование)
 - 2.Приемник (декодирование)
 - 3.Источник информации
 - 4.Канал
 5. Источник шума
 6. Получатель
- А)235416
 - Б) 125463
 - В) 314526
 - Г) 361452

104.Расположите в хронологической последовательности ученых, исследовавших массовые коммуникации:

1. Т. Адорно и М. Хоркхаймер
 2. В. Липпман и Г. Лассуэл
 3. П. Лазарсфельд
 4. Д. Гербнер
 5. Б. Берельсон и У. Шрамм
- А)12543
 - Б) 52341
 - В) 13452
 - Г) 21354

105. Расположите в хронологической последовательности возникновение теорий по массовой коммуникации:

- 1.Концепция всеобщей социальной ответственности
 - 2.Теория «минимального эффект»
 - 3.Теория культивирования (культивации)
 - 4.Теория средства
- А) 2134
 - Б) 2341
 - В) 2143
 - Г) 1324

106. Расположите в хронологической последовательности этапы процесса коммуникации:

- 1.Формирование сообщения. Выбор канала
 - 2.Передача сообщения
 3. Формирование идеи
 4. Декодирование и восприятие информации
- А) 2314
Б) 3124
В) 1234
Г) 4321

107.Расположите в хронологической последовательности разработку нормативных теорий медиа:

1. Теория социальной ответственности
 - 2.Модель независимых массмедиа и свободного рынка идей
 - 3.Модель развития
 - 4.Модель демократического представительства
 - 5.Авторитарная модель
 6. «Советская» модель
- А) 214563
Б) 231456
В) 561423
Г) 236541

108.Расположите в хронологической последовательности ученых, изучавших средства массовой коммуникации:

- 1.А.Грамши
 - 2.К. Маркс
 - 3.Л. Альтюссер
 4. Р. Мертон
- А) 2134
Б) 2431
В) 1342
Г) 4132

109.Расположите в хронологической последовательности, выделяемые особенности массовой аудитории:

- 1.Разнородность
 - 2.Анонимность
 - 3.Значительность размеров
 - 4.Формирование под влиянием общего канала или определенного сообщения
 - 5.Отсутствие взаимодействия между членами
- А) 23541
Б) 15324
В) 31254
Г) 34125

110. Расположите в хронологической последовательности появление типов массовой аудитории:

1. Регулярная и нерегулярная
 2. Реальная и потенциальная
 3. Целевая и нецелевая
- А) 213
Б) 123
В) 312
Г) 321

Шкала оценивания результатов тестирования: в соответствии с действующей в университете балльно-рейтинговой системой оценивание результатов промежуточной аттестации обучающихся осуществляется в рамках 100-балльной шкалы, при этом максимальный балл по промежуточной аттестации обучающихся по очной форме обучения составляет 36 баллов, по очно-заочной и заочной формам обучения – 60 баллов (установлено положением П 02.016).

Максимальный балл за тестирование представляет собой разность двух чисел: максимального балла по промежуточной аттестации для данной формы обучения (36 или 60) и максимального балла за решение компетентностно-ориентированной задачи (6).

Балл, полученный обучающимся за тестирование, суммируется с баллом, выставленным ему за решение компетентностно-ориентированной задачи.

Общий балл по промежуточной аттестации суммируется с баллами, полученными обучающимся по результатам текущего контроля успеваемости в течение семестра; сумма баллов переводится в оценку по дихотомической шкале (для зачета) или в оценку по 5-балльной шкале (для экзамена) следующим образом:

Соответствие 100-балльной и дихотомической шкал

<i>Сумма баллов по 100-балльной шкале</i>	<i>Оценка по дихотомической шкале</i>
100–50	зачтено
49 и менее	не зачтено

Соответствие 100-балльной и 5-балльной шкал

<i>Сумма баллов по 100-балльной шкале</i>	<i>Оценка по 5-балльной шкале</i>
100–85	отлично
84–70	хорошо
69–50	удовлетворительно
49 и менее	неудовлетворительно

Критерии оценивания результатов тестирования:

Каждый вопрос (задание) в тестовой форме оценивается по дихотомической шкале: выполнено – **2 балла**, не выполнено – **0 баллов**.

2.2 КОМПЕТЕНТНОСТНО-ОРИЕНТИРОВАННЫЕ ЗАДАЧИ

Компетентностно-ориентированная задача № 1

Познакомьтесь со статьей Р. Джонса «Третья волна» (1977) (материалы предоставляются преподавателем) и ответьте на вопросы:

Какие черты массового общества можно встретить в данной статье?

Что больше всего привлекло «средних людей»?

Почему взрослые люди (учителя, библиотекарь, повар) поддержали движение «Третьей волны»?

Почему встревоженные родители не противодействовали продолжению эксперимента?

Что на Ваш взгляд самое страшное в описанной ситуации?

Есть положительные моменты в подобной ситуации?

Всех ли людей привлекло это движение?

Кому было плохо в этой ситуации?

Какие основные выводы можно сделать на основе анализа этой статьи?

Есть ли в современной жизни похожие примеры?

Какую роль автор статьи отводит СМИ?

Компетентностно-ориентированная задача № 2

Подумайте и укажите, возникновение в социуме каких новых потребностей потребовало новых информационных каналов.

Компетентностно-ориентированная задача № 3

На основе творческих способностей и ранее полученных знаний напишите эссе на тему «Роль коммуникаций в формировании целей развития социума».

Компетентностно-ориентированная задача № 4

Приведите свои собственные примеры структурной, оперативной, фундаментальной информации.

Компетентностно-ориентированная задача № 5

Какими свойствами информации воспользовались герои рассказа А. Аверченко «Ложь» (материалы предоставляются преподавателем).

Компетентностно-ориентированная задача № 6

Напишите Ваши рекомендации политику, готовящемуся к публичному выступлению.

Компетентностно-ориентированная задача № 7

Прослушайте выступление известного оратора и определите, какие приемы по Г. Лебону он использует (аудиоматериалы предоставляются преподавателем).

Компетентностно-ориентированная задача № 8

С учетом рекомендаций Г. Лебона подготовьте короткое выступление, с которым Вы обратитесь к студентам Вашей группы.

Компетентностно-ориентированная задача № 9

Насколько актуальны, на Ваш взгляд, идеи Г. Лебона? Используются ли эти идеи в современной жизни? Приведите примеры.

Компетентностно-ориентированная задача № 10

Познакомьтесь с отрывком из книги Г. Тарда (материалы предоставляются преподавателем) и ответьте на следующие вопросы: Дайте определение публики по Г. Тарду.

Когда появляется публика?

Что такое толпа?

В чем различие между толпой и публикой?

Какова эволюция толпы?

Каковы виды публики и толпы?

Каковы этапы формирования толпы?

Каковы характеристики толпы?

Что такое «действующая публика», «общественное мнение?»

Какова эволюция общественного мнения по Г. Тарду?

Компетентностно-ориентированная задача № 11

Сформулируйте тему исследования и проблему для ситуаций:

Ситуация 1. Рейтинг власти (мэра, губернатора, представительного органа) значительно снизился, что орган власти или должностное лицо пользуется гораздо меньшим доверием, чем раньше. Это удалось выяснить на основе сопоставления статистических данных: увеличение числа жалоб, или снижение явки избирателей на выборы. При этом служба по связям с общественностью проводит активную работу.

Тема:

Проблема в виде вопроса:

Проблема в виде установки:

Компетентностно-ориентированная задача № 12

Сформулируйте цель исследования, тема которого: Оценка эффективности каналов массовой коммуникации для целевых групп населения города на основе расчета рейтинга телеканалов (печатных СМИ).

Цель исследования –

Имидж организации, (фирмы, руководителя, органа власти, политического лидера, кандидата на должность и т.д.) и оценка эффективности средств массовых коммуникаций в его формировании.

Цель исследования –

Компетентностно-ориентированная задача № 13

1. Сформулируйте цель и задачи исследования, тема которого: Информационные ориентации населения и перспективы использования средств массовых коммуникаций в осуществлении PR-кампании.

Цель исследования -

Задачи исследования:

2. Оценка эффективности информационного обеспечения формирования корпоративной культуры.

Цель исследования -

Задачи исследования:

Компетентностно-ориентированная задача № 14

Как вы думаете, почему СМИ уделяют больше внимания одним социальным группам и игнорируют другие? Как вам кажется, представители каких российских социальных групп чаще всего попадают в поле зрения российских СМИ? Почему?

Компетентностно-ориентированная задача № 15

Как вы считаете, могут ли СМИ изменить сложившиеся в обществе представления о каких-либо социальных группах?

Что нужно для этого сделать?

Компетентностно-ориентированная задача № 16

Дайте общую характеристику воздействия СМИ на культуру современного российского общества.

Компетентностно-ориентированная задача № 17

Приведите примеры новостей, попавших в СМК из различных источников.

Компетентностно-ориентированная задача № 18

Предложите два сообщения в качестве новостей, источником которых являются публикации в специализированных журналах?

Компетентностно-ориентированная задача № 19

Проанализируйте интересное, с вашей точки зрения, ток-шоу. Какова его тема? Кто был его героем? Кто выступал экспертом? Каково было поведение публики? Каковы особенности поведения ведущего? Какие приемы он использует для управления поведением героев, экспертов,

публики? Дайте вашу оценку, какое влияние оказывают подобные передачи на массовую аудиторию?

Компетентностно-ориентированная задача № 20

Предложите тему ток-шоу. Кто будет его героем? Подумайте об имидже, поведении ведущего. Кого бы вы пригласили на ток-шоу в качестве эксперта? Чем вы руководствовались при выборе эксперта? Каковы правила поведения публики во время ток-шоу? Какие способы вы бы предложили для управления поведением публики, экспертов, героя?

Компетентностно-ориентированная задача № 21

Вам предложили быть главным редактором нового журнала. Какие рубрики вы бы предложили как постоянные? Кого бы Вы пригласили к сотрудничеству в журнале? Обоснуйте свои предложения.

Компетентностно-ориентированная задача № 22

Проведите анализ предложенных преподавателем концепций телевизионных каналов, журналов, радиостанций. Дайте характеристику потенциальной аудитории.

Компетентностно-ориентированная задача № 23

Какое СМК, на Ваш взгляд, максимальным образом удовлетворяет потребности современной студенческой молодежи?

Компетентностно-ориентированная задача № 24

Составьте опросник для выявления удовлетворенности молодежной аудитории СМК.

Компетентностно-ориентированная задача № 25

Рассмотрите основные положения ст. 14 Федерального Закона «О рекламе». В полной ли мере СМК исполняют этот закон? Проиллюстрируйте ответ примерами.

Компетентностно-ориентированная задача № 26

Проведите анализ конкурентных преимуществ одного из телевизионных каналов, печатного издания и радиостанции.

Компетентностно-ориентированная задача № 27

Проанализируйте текст «Доктрины информационной безопасности Российской Федерации» (материалы предоставляются преподавателем). В чем заключаются основные угрозы информационной безопасности России? Какие меры должны быть приняты для преодоления этих угроз? Какова роль СМК в укреплении информационной безопасности?

Компетентностно-ориентированная задача № 28

Вы PR-специалист. Ваша задача разработать PRакцию в масс-медиа, которая должна иметь долговременный эффект.

Продумайте ответы на вопросы. 1. Каков будет этот эффект, по вашим расчетам? 2. Предложите идею, символы, приемы, которые Вы будете использовать. 3. Какие факторы Вам необходимо учесть при планировании акции?

Компетентностно-ориентированная задача № 29

Предложите ваш вариант этического кодекса профессионального поведения в PR.

Компетентностно-ориентированная задача № 30

Ряд исследователей отмечают, что современные общества пережили четыре «коммуникационные революции» (Беспалова А.Г., Корнилов Е.А., Короченский А.П., Лучинский Ю.В., Станько А.И.).

Дайте характеристику этим революциям, заполнив таблицу.

Коммуникационная революция	Период	Связана с	Изменения в обществе
Первая			
Вторая			
Третья			
Четвертая			

Шкала оценивания решения компетентностно-ориентированной задачи: в соответствии с действующей в университете балльно-рейтинговой системой оценивание результатов промежуточной аттестации обучающихся осуществляется в рамках 100-балльной шкалы, при этом максимальный балл по промежуточной аттестации обучающихся по очной форме обучения составляет 36 баллов, по очно-заочной и заочной формам обучения – 60 (установлено положением П 02.016).

Максимальное количество баллов за решение компетентностно-ориентированной задачи – 6 баллов.

Балл, полученный обучающимся за решение компетентностно-ориентированной задачи, суммируется с баллом, выставленным ему по результатам тестирования.

Общий балл промежуточной аттестации суммируется с баллами, полученными обучающимся по результатам текущего контроля успеваемости в течение семестра; сумма баллов переводится в оценку по 5-балльной шкале:

Соответствие 100-балльной и 5-балльной шкал

Сумма баллов по 100-балльной шкале	Оценка по 5-балльной шкале
100-85	Отлично
84-70	Хорошо
69-50	Удовлетворительно
49 и менее	Неудовлетворительно

Критерии оценивания решения компетентностно-ориентированной задачи:

5 баллов выставляется обучающемуся, если решение задачи демонстрирует глубокое понимание обучающимся предложенной проблемы и разностороннее ее рассмотрение; свободно конструируемая работа представляет собой логичное, ясное и при этом краткое, точное описание хода решения задачи (последовательности (или выполнения) необходимых трудовых действий) и формулировку доказанного, правильного вывода (ответа); при этом обучающимся предложено несколько вариантов решения или оригинальное, нестандартное решение (или наиболее эффективное, или наиболее рациональное, или оптимальное, или единственно правильное решение); задача решена в установленное преподавателем время или с опережением времени.

3 балла выставляется обучающемуся, если решение задачи демонстрирует понимание обучающимся предложенной проблемы; задача решена типовым способом в установленное преподавателем время; имеют место общие фразы и (или) несущественные недочеты в описании хода решения и (или) вывода (ответа).

1 балл выставляется обучающемуся, если решение задачи демонстрирует поверхностное понимание обучающимся предложенной проблемы; осуществлена попытка шаблонного решения задачи, но при ее решении допущены ошибки и (или) превышено установленное преподавателем время.

0 баллов выставляется обучающемуся, если решение задачи демонстрирует непонимание обучающимся предложенной проблемы, и (или) значительное место занимают общие фразы и голословные рассуждения, и (или) задача не решена.