

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Емельянов Сергей Геннадьевич

Должность: ректор

Дата подписания: 16.07.2024 15:56:01

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

Теория социальной интеракции

(наименование дисциплины)

39.03.01 Социология направленность (профиль) «Экономическая
СОЦИОЛОГИЯ»

код и наименование ОПОП ВО

1 ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ

1.1 ВОПРОСЫ ДЛЯ СОБЕСЕДОВАНИЯ

Тема 1. Социология коммуникаций как специальная отрасль социологии, ее предмет и метод. Основные категории изучаемой дисциплины.

1. Понятие о коммуникации и информации.
2. Социальные тенденции, способствовавшие профессионализации социологии коммуникации.
3. Объект и предмет социологии коммуникации.
4. Основные категории: каналы и средства коммуникации, виды социальной коммуникации.
5. Социология коммуникаций как специальная отрасль социологии.
6. Междисциплинарные основания формирования предмета социологии коммуникаций.
7. Взаимосвязь с другими науками: семиотикой, информатикой, философией, культурологией, этологией, этнографией, психологией, лингвистикой, менеджментом.
8. Социальные структуры общества в плане их коммуникативных характеристик.
9. Коммуникативные системы, реализующие различные виды социальной коммуникации.
10. Каналы, уровни и средства коммуникации.

Тема 2. Парадигмы и подходы к изучению социальной коммуникации.

1. Основные направления исследования социальной коммуникации в зарубежных школах:
 - а) бихевиоризм (Дж.Б.Уотсон);
 - б) символический интеракционизм (Дж.Г.Мид, Г.Блумер);
 - в) структурный функционализм (Т.Парсонс, Р.Мертон);
 - г) социокультурологический подход В.И.Шаркова;
 - д) технологический детерминизм (Д.Белл, З.Бжезинский);
 - е) понимающая социология (П.Бергер, Т.Лукман).

Тема 3. Модели коммуникации и коммуникативного акта.

1. Моделирование коммуникации в разных науках.
2. Линейные модели коммуникации:
 - а) Г.Ласуэлла;
 - б) К.Шеннона – У.Уивера;
 - в) Р.О.Якобсона.
3. Нелинейные модели:
 - а) интеракционистская модель Т.Ньюкомба;
 - б) циркулярной коммуникации Г.Малецке;
 - в) трансактная модель коммуникации К.Барлунда.

Тема 4. Социологические доминанты коммуникации.

1. Стратификационная группа социально обусловленных доминант: социальный статус коммуникантов, социальная дифференциация, интеграция и интерференция языка.
2. Ситуативная группа: коммуникативная роль, коммуникативная сфера, коммуникативная ситуация, коммуникативная установка.
3. Оценочная группа: смысловая информация, оценочная информация, ценностная ориентация, самооценка.
4. Функциональная группа: контактоустанавливающая (фатическая) функция, функция самопрезентации, апеллятивная, побудительная, волеизъявительная, регулирующая, ритуальная, перформативная функции, речевой этикет.

Тема 5. Уровни коммуникации.

1. Семиотический уровень. Понятие знака (Ч.Пирс. Ч.Моррис). Типология знаков. Их сущность и функции. Социальная обусловленность знака. Общие характеристики семиотических систем.
2. Понятие о синтактике, семантике и прагматике в семиотической теории.
3. Лингвистический (языковой) уровень коммуникации.
4. Вербальная основа языкового уровня коммуникации.
5. Понимание речевых актов и их типология.
6. Высказывание и дискурс как коммуникативные единицы.
7. Различные подходы к моделированию дискурса: Ментальная модель (Ф.Джонсон-Лэрд), модель фреймов (М.Минский. Ч.Филлмор), модель сценариев (Р.Шенк, Р.Абелсон), модель ситуаций (Т.А.ван Дейк).
8. Функциональные характеристики дискурса, существенные для социологии коммуникации.
9. Тематическое поле, языковой код, регистр (тональность) и способ (канал) коммуникации – важнейшие структурные компоненты дискурса.
10. Металингвистический(метаязыковой) уровень организации коммуникации.
11. Понятие «метаязыка».
12. Основная функция метаязыкового уровня.
13. Научный дискурс как коммуникативная единица.
14. Специфика научного дискурса.

Тема 6. Вербальная и невербальная коммуникация.

1. Речевая деятельность и ее виды: говорение, аудирование (слушание), чтение и письмо. Социальные факторы в речевой деятельности (правила и нормы речи, социальный контекст).
2. Структурные свойства языка: слово, грамматика, синтаксис, смысловая избыточность.

3. Слушание как процесс. Соотношение вербальных, невербальных и контекстных сообщений в слушании. Понятие и технологии эффективного слушания.

4. Письменно-речевая коммуникация. Чтение как вид речевой коммуникации.

5. Основные каналы невербальной коммуникации: проксемика, кинесика, вокалика, физические характеристики, хаптика, хрономика, артефакты, ольфактика, эстетика.

6. Проксемические зоны коммуникации: интимная, групповая, социальная, публичная.

7. Основные принципы организации коммуникативного пространства.

8. Язык жестов и поз в коммуникации. Основные причины нарушения коммуникативного контакта и способы его восстановления.

9. Паралингвистические компоненты невербальной коммуникации (громкость голоса, темп, ритм речи, вздохи, интонация).

10. Использование невербальных параметров в создании имиджа делового человека (стиль одежды, цвет, внешний вид).

Тема 7. Межличностная коммуникация.

1. Особенности межличностной коммуникации.

2. Успешность коммуникации и коммуникативные навыки.

3. Аксиомы межличностной коммуникации. Основные свойства межличностных коммуникаций. Коммуникативная компетентность.

4. Эффекты межличностного восприятия. Психологические особенности участников общения. Эффективность межличностной коммуникации.

5. Стратегии межличностного взаимодействия. Жизненный, коммуникативный стиль. Типы жизненных установок. Паттерны. Стратегии партнерского взаимодействия. Децентрация, Эгоцентризм.

Тема 8. Коммуникация в организациях.

1. Коммуникация в организации. Система отношений в различного вида организациях. Структура и функции организации. Коммуникационные потоки в организации.

2. Деловая коммуникация. Прямое и косвенное общение. Переговоры как основная форма делового общения. Основные недостатки переговоров. Правила успешных переговоров: вариационный, компромиссный методы, метод интеграции.

3. Приемы, повышающие эффективность делового общения. Роль невербальных средств в процессе деловой коммуникации: рукопожатие, жесты, мимика, позы.

Тема 9. Глобализация коммуникативных процессов в условиях информатизации.

1. Глобализация коммуникативных процессов.

2. Изменение структуры современных СМИ. Концепции «информационного общества», «компьютерной революции», «мировой деревни», «технотронной революции». 3. Глобальное интерактивное общество.

4. Преимущества Интернета. Основные недостатки Интернета.

5. Тенденции глобализации.

6. Социологическое осмысление проблем, возникающих в процессе развития коммуникативных процессов. Новый коммуникативный порядок.

7. Общенаучные и частнонаучные методы исследования социальной коммуникации.

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 ТЕМЫ ДЛЯ ПОДГОТОВКИ РЕФЕРАТА

Тема 2. Парадигмы и подходы к изучению социальной коммуникации.

1. Развитие средств коммуникации и социальная динамика.

2. Поиск новых подходов к изучению социальной коммуникации.

3. Связь социологии коммуникации с другими отраслями социологии.

4. Типы социокоммуникативных систем.

Тема 3. Модели коммуникации и коммуникативного акта.

5. Перспективы создания мирового виртуального интерактивного пространства.

6. Понятия «общение», «коммуникация», «речевая деятельность».

7. Биологические, социальные, этнические, психологические факторы коммуникации.

8. Функции коммуникации, единицы коммуникации, категории коммуникации.

Тема 4. Социологические доминанты коммуникации.

9. Направления изучения коммуникации: бихевиоризм, символический интеракционизм, феноменализм, функциональный подход, структурализм, технологический детерминизм и др.

10. Коммуникативные революции (изобретение письменности; изготовление печатного станка; внедрение электронных масс-медиа).

11. Позитивистский, неклассический (Ю.Хабермас) и постнеклассический (Н.Луман) методологические подходы к теории коммуникации.

12. Классическая парадигма коммуникации Г.Лассуэлла.

Тема 5. Уровни коммуникации.

13. Теория массового общества и место коммуникации в ней.

14. Теории гегемонии массовой коммуникации, теория эгалитарной массовой коммуникации,

15. Структурно-функциональный подход к коммуникации.

16. Культурологические подходы к коммуникации.

Тема 6. Вербальная и невербальная коммуникация.

17. Теория информационного общества.

18. Теория коммуникативной компетентности.

19. Базовые элементы социальной коммуникации.

Тема 7. Межличностная коммуникация.

20. Типы коммуникаций (Массовые, локальные коммуникации, коммуникации среднего уровня. Внешние и внутренние коммуникации. Непосредственные (прямые). Опосредованные коммуникации. Активные и пассивные коммуникации. Случайные и организованные коммуникации).

21. Вербальные и невербальные коммуникации.

22. Виды коммуникаций: вертикальные и горизонтальные коммуникации, офисные коммуникации, конфликтные и протестные коммуникации, уличные коммуникации.

Тема 8. Коммуникация в организациях.

23. Реклама как вид коммуникации.
24. Функции массовой коммуникации.
25. Визуальный поворот. Визуальные коммуникации.

Шкала оценивания: 4 - балльная.

Критерии оценивания:

4 балла (или оценка «**отлично**») выставляется обучающемуся, если основные требования к реферату выполнены. Представленный текст имеет уникальность не ниже 50%, обозначена проблема и обоснована ее актуальность, сделан краткий анализ различных точек зрения на рассматриваемую проблему и логично изложена собственная позиция, сформулированы выводы, тема раскрыта полностью, выдержан объем, соблюдены требования к научному стилю и внешнему оформлению;

3 балла (или оценка «**хорошо**») выставляется обучающемуся, если основные требования к реферату выполнены, но при этом допущены недочеты. Имеются неточности в изложении материала, отсутствует логическая последовательность в суждениях, не выдержан объем реферата, имеются упущения в соблюдении научного стиля и оформлении;

2 балла (или оценка «**удовлетворительно**») выставляется обучающемуся, если имеются существенные отступления от требований к реферированию. Тема освещена лишь частично, допущены фактические ошибки в содержании реферата;

1 балл (или оценка «**неудовлетворительно**») выставляется обучающемуся, если тема реферата не раскрыта, обнаруживается существенное непонимание проблемы;

0 баллов выставляется обучающемуся, если реферат не предоставлен.

1.3 ВОПРОСЫ И ЗАДАНИЯ В ТЕСТОВОЙ ФОРМЕ

Тема 9. Глобализация коммуникативных процессов в условиях информатизации.

1. Закончите высказывание:

Социология коммуникации – это специальная отрасль социологии...

а) изучающая процессы общения, формы взаимодействия людей, групп в процессе жизнедеятельности с помощью языка и других сигнальных форм связи;

б) изучающая коммуникативную деятельность людей, которая обусловлена целым рядом социально значимых оценок, конкретных ситуаций, коммуникативных сфер и норм общения, принятых в данном обществе;

в) изучающая передачу и обмен информацией в обществе в целях воздействия на него;

г) изучающая процесс распространения информации с помощью технических средств на численно большие, рассредоточенные аудитории.

2. Закончите высказывание:

Предметом социологии коммуникации являются...

- а) социально обусловленные коммуникативные процессы, протекающие в социуме;
- б) институты средств массовой коммуникации, методы изучения их функционирования;
- в) закономерности жизни и деятельности людей в условиях их взаимодействия друг с другом;
- г) функциональные особенности общения представителей различных социальных групп в процессе их взаимодействия и в результате воздействия на их отношение к социальным ценностям данного общества.

3. Укажите, какое из перечисленных направлений не относится к истокам изучения социальных коммуникаций:

- а) «Социальный детерминизм»;
- б) «Упрощенный социологизм»;
- в) «Теория коммуникативных актов»;
- г) «Критический анализ дискурса».

4. Укажите, кто из перечисленных исследователей, не стоит у истоков зарождения «теории информационного общества»:

- а) Д.Белл;
- б) З.Бжезинский;
- в) Р.Мертон;
- г) И.Масуда.

5. Представители символического интеракционизма (Д.Мид, Г.Блумер) полагают, что:

- а) социальная структура формируется в результате межличностного общения, а основой социального развития является процесс развития коммуникативных форм;
- б) в основе коммуникации лежит варьирование языковых средств в коммуникативных ситуациях;
- в) основой коммуникации являются речевые сигналы, манипулирование которыми дает возможность влиять на человека;
- г) процессы межличностного общения оказывают влияние на структурирование коммуникаций.

6. Социальная коммуникация это:

- а) взаимодействие в информационном обществе человека с киберсистемами.
- б) формирование социального знания и оценочных категорий коммуникации.
- в) коммуникации, обусловленные социальными факторами.

г) взаимодействие людей, обусловленная целым рядом социально значимых оценок, конкретных ситуаций, коммуникативных сфер и норм общения, принятых в обществе, в данном социуме.

7. Общими условиями функционирования массовой коммуникации являются:

а) социальная значимость информации, способствующая возникновению, распространению и поддержанию функционирования массовой коммуникации;

б) наличие массовой аудитории, социальная значимость информации, наличие соответствующих средств, многоканальность коммуникаций.

в) наличие соответствующих средств, поддерживающих процесс функционирования массовых коммуникаций.

г) многоканальность осуществляемых коммуникаций и вариативность коммуникативных средств.

8. Коммуникативный процесс это:

а) процесс получения информации людьми о состоянии природной среды.

б) динамическая смена коммуникантов на различных этапах коммуникативного процесса.

в) процесс взаимодействия между различными субъектами коммуникации при котором осуществляется обмен информацией, включающий в себя динамическую смену этапов формирования, передачи, приема, расшифровки и использования информации в обоих направлениях при взаимодействии коммуникантов.

г) прием и расшифровка информации о состоянии атмосферы.

9. Коммуникативная личность представляет собой:

а) специфический социальный феномен, исключительно одаренный человек.

б) личность, обладающая целым рядом индивидуальных характеристик (коммуникабельность, харизма и др.), способствующих выполнению таких социально значимых функций как взаимодействие и воздействие.

в) «коммуникабельный» человек, который резко ограничивает свои действия ради сохранения своих личных секретов.

г) личность, именующая способность быстро устанавливать контакты с нужными людьми.

10. Элементами линейной цепи коммуникации являются:

а) кодирование, передача сигнала, канал (передаточный механизм), прием и декодирование, обратная связь, помехи и барьеры.

б) преобразование сигнала в форму, обеспечивающую оптимальную передачу сигнала по определенному каналу коммуникации.

в) устное обращение, телефонная и интерактивная (двухсторонняя телесвязь), собрания, митинги, шествия и др.

г) передача прием и декодирование сигнала.

11. Аргументация это:

а) попытка выяснить причины собственного непонимания или неприятия установок другой стороной.

б) приведение примеров из личной жизни для собственного понимания и для убеждения реципиента (стороне, которая принимает информацию).

в) процесс суждений, приводимых в подтверждение истинности другого суждения (концепции, теории), процедура, служащая обоснованию точки зрения аргументатора.

г) перечисление аргументов и фактов, которые в науке выступают как основные факторы разработки научных положений.

12. Под речевой коммуникацией социологами понимается:

а). речь публичного политика.

б) социально обусловленный вид деятельности людей, разговорное общение, в процессе которого происходит обмен мыслями, информацией, эмоциональным переживанием собеседников.

в) процесс установления и развития контактов между людьми с целью обмена информацией.

г) актуализация коммуникативной функции языка в тех или иных речевых ситуациях.

13. Барьеры коммуникации это:

а) помехи, мешающие осуществлению контактов и взаимодействию между коммуникатором и реципиентом, препятствующие адекватному приему, пониманию и усвоению сообщений в процессе осуществления коммуникативных связей.

б) препятствия, возникающие при применении системного подхода к формированию и изучению моделей коммуникации.

в) это помехи, мешающие осуществлению информационного процесса в социокультурном контексте.

г) это помехи, препятствующие нарушению социальных закономерностей во взаимодействии между коммуникатором и реципиентом.

14. Барьеры коммуникации по характеру действующих помех подразделяются на:

а) опасные и неопасные.

б) желательные и нежелательные.

в) простые и сложные

г) технические, психологические, психофизиологические, социальные, культурно-национальные.

15. В межличностных коммуникациях:

а) как отправителем, так и получателем выступают отдельные индивиды; осуществляются непосредственные контакты между субъектами общения.

б) отсутствует обратная связь, которая не нужна, так как нет необходимости оказывать регулирующее воздействие на ход общения.

в) осуществляется одновременное двухстороннее сообщение, что обязательно обогащает мировоззрение участников коммуникации.

г) сам процесс коммуникации имеет доминирующую ценность, что позволяет из содержания коммуникации полностью исключить негативные моменты.

16. Межличностная форма коммуникации:

а) менее формализована, чем массовые коммуникации, содержание и форма определяется исходя из функций массовой коммуникации.

б) в некоторых случаях формализована в своих проявлениях.

в) исключает ролевые функции сторон в общении.

г) играет главную роль в формировании и социализации личности. в противовес массовым формам носит более стандартный, рациональный и инструментальный характер.

Шкала оценивания: 16-ти 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:

16-14 баллов соответствуют оценке «отлично»;

13-9 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. Закончите высказывание: "Социология коммуникации – это специальная отрасль социологии..."

а) изучающая коммуникативную деятельность людей, которая обусловлена целым рядом социально значимых оценок, конкретных ситуаций, коммуникативных сфер и норм общения, принятых в данном обществе

б) изучающая процессы общения, формы взаимодействия людей, групп в процессе жизнедеятельности с помощью языка и других сигнальных форм связи

в) изучающая передачу и обмен информацией в обществе в целях воздействия на него

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

2. Закончите высказывание: "Предметом социологии коммуникации являются..."

а) функциональные особенности общения представителей различных социальных групп в процессе их взаимодействия и в результате воздействия на их отношение к социальным ценностям данного общества

б) социально обусловленные коммуникативные процессы, протекающие в социуме

в) институты средств массовой коммуникации, методы изучения их функционирования

г) закономерности жизни и деятельности людей в условиях их взаимодействия друг с другом

3. Цель социальной коммуникации – это:

а) предполагаемый результат, его модель

б) достижение социально-значимых оценок

в) воздействие на коммуниканта

г) достижение контакта между коммуникантами

4. Укажите, какое из перечисленных направлений не относится к истокам изучения социальных коммуникаций:

а) «Социальный детерминизм»

б) «Упрощенный социологизм»

в) «Теория коммуникативных актов»

г) «Критический анализ дискурса»

5. Укажите, кто из перечисленных исследователей, не стоит у истоков зарождения теории "информационного общества":

а) Р.Мертон

б) З.Бжезинский

в) Д.Белл

г) И.Масуда

6. Представители символического интеракционизма (Д.Мид, Г.Блумер) полагают, что:

а) социальная структура формируется в результате межличностного общения, а основой социального развития является процесс развития коммуникативных форм

б) в основе коммуникации лежит варьирование языковых средств в коммуникативных ситуациях

в) основой коммуникации являются речевые сигналы, манипулирование которыми дает возможность влиять на человека

г) процессы межличностного общения оказывают влияние на структурирование коммуникаций

7. Назовите основоположника социологической концепции «социальный конструктивизм»:

- а) П.Бергер
- б) М.Вебер
- в) О.Конт
- г) Т.Парсонс

8. Какой из перечисленных элементов является лишним для модели коммуникации Г.Ласуэлла:

- а) помехи
- б) коммуникатор
- в) сообщение
- г) эффект коммуникации

9. Укажите, кто из ученых ввел понятие «энтропия»:

- а) К.Шеннон
- б) У.Уивер
- в) Н.Винер
- г) Р.Смелзер

10. На каком уровне функционирует трансактная модель коммуникации К.Барлунда:

- а) на уровне личности
- б) на уровне общества
- в) на уровне социальной группы
- г) на уровне государства

11. Назовите, какая модель коммуникации не относится к линейным:

- а) Т.Ньюкомба
- б) Г.Ласуэлла
- в) Р.Якобсона
- г) Сократа

12. Дополните список ситуативной группы социологических доминант коммуникации: коммуникативная роль, коммуникативная ситуация, коммуникативная установка

- а) коммуникативная сфера
- б) социальный статус
- в) коммуникативный статус
- г) коммуникативная компетентность

13. Закончите высказывание: "Интерференция – это..."

- а) смешение двух языков
- б) выборочное использование родного и неродного языков
- в) взаимодействие литературного и народного языков
- г) внедрение в язык жаргонизмов, профессиональной терминологии

14. Какая функция не относится к функциональной группе социологических доминант:

- а) когнитивная
- б) фатическая
- в) экспрессивная
- г) перформативная

15. Какой язык из перечисленных является апостериорным:

- а) Интерлингва
- б) Язык Морзе
- в) Язык математической логики
- г) Волюпак

16. Какой тип знаков не относится к категориям семиотики Ч.Пирса:

- а) код
- б) иконический
- в) символ
- г) индекс

17. В семиотике Ч.Пирса "синтактика" понимается как:

- а) отношения между знаками в речевой цепи, в высказывании или в дискурсе
- б) отношения между знаками в речевых актах, в речевой деятельности
- в) отношения между знаками и обозначаемым объектом действительности
- г) отношения между знаком и говорящим или слушающим

18. Дополните список свойств дискурса: ситуативная обусловленность; динамичность; социальная ориентация; ...

- а) тематическая связность
- б) коммуникативная ситуативность
- в) коммуникативная целесообразность
- г) коммуникативная детерминированность

д) коммуникативная обусловленность

19. Закончите высказывание: "Речевое воздействие – это..."

а) регулирование деятельности адресата адресантом

б) вид речевой деятельности, осуществляющий устное общение в любых сферах и ситуациях коммуникации

в) форма речи, состоящая из обмена высказываниями, характеризующаяся ситуативностью контекстуальностью, малой степенью организованности

г) вид устноречевой деятельности, обусловленный выражением мыслей и чувств как в инициативной, так и в реактивной формах

д) рецептивный вид речевой коммуникации

20. Закончите высказывание: "Деятельность – это..."

а) активная форма реализации жизненной программы, передаваемой генетическим путем от одного поколения к другому, позволяющая успешно адаптироваться к окружающей среде, занять и сохранять свою биологическую нишу

б) вид речевой деятельности, осуществляющий устное общение в любых сферах и ситуациях коммуникации

в) форма поведения личности, состоящая из обмена высказываниями, характеризующаяся ситуативностью, контекстуальностью, малой степенью организованности

г) любая активность живого существа

д) трудовая и познавательная активность человека

21. Закончите высказывание: "Шум как форма энтропии в коммуникации – это..."

а) внешние факторы, искажающие сообщение, нарушающие его целостность и возможность восприятия приемником

б) внутренние факторы, искажающие сообщение, нарушающие его целостность и возможность восприятия приемником

в) мера упорядоченности и организованности системы

г) мера, определяющая степень воздействия внешних факторов на коммуникативную систему

22. «Синтез других форм коммуникации и комплексное использование специализированных информационно-коммуникативных средств». Какую форму коммуникации характеризует данное определение:

а) мультимедийную

б) маркетинговую

в) вербальную

г) гибридную

23. «Потенциально опасна выпадением из общих социальных коммуникаций и изоляции коммуниканта (группы, индивида)». Укажите, какой вид коммуникации характеризуется данным определением:

- а) аутокоммуникация
- б) материальная
- в) генетическая
- г) биологическая

24. Планом выражения письменной коммуникации будет:

- а) пиктограмма
- б) голограмма
- в) гиперссылка
- г) анаграмма

25. Денотат знака – это:

- а) конкретная вещь, явление, процесс
- б) выражение коннотата
- в) форма представления знака
- г) его содержательная характеристика

26. Жесты как элемент невербальной коммуникации – это:

- а) способ знакового использования рук
- б) способ знакового использования мимики
- в) способ знакового использования взгляда
- г) способ знакового использования тела

27. Уберите одну из характеристик, которая не относится к отличиям коммуникации в обществе от коммуникации в сообществах:

- а) сознательность
- б) бессознательность
- в) наличие смыслов
- г) использование речи

28. «Первотолчком к созданию слов считался не внешний мир, а внутренние эмоциональные состояния человека. Человек выражал свои эмоциональные состояния не только вербально, но и невербально». К какой теории происхождения речи относится данная характеристика?

- а) социального договора
- б) бихевиоризма
- в) социального конструктивизма
- г) социального диалога

29. Модель социальной коммуникации Якобсона включает в себя:

- а) коммуниканта, сообщение, контекст, контакт, код, реципиента

- б) коммуниканта, контекст, контакт, реципиента
- в) коммуниканта, сообщение, реципиента
- г) коммуниканта, сообщение, код, реципиента

30. «Требует унификации, ведет к постоянному увеличению количества документов, что создает управленческие проблемы». К какой форме коммуникации относится данная характеристика?

- а) письменной
- б) устной
- в) устно-письменной
- г) опосредованной

31. Структура организации знаков, нормы и принципы построения сообщения - это:

- а) смысл
- б) содержание
- в) код
- г) мимикрия

32. Вид социальной коммуникации, характеризуемый наибольшей степенью обезличивания и виртуализации его участников:

- а) массовая
- б) межличностная
- в) невербальная
- г) межкультурная

33. Референция знака – это:

- а) соотнесение знака с объектом
- б) грамматическая форма знака
- в) прагматическая форма знака
- г) семантическая форма знака

34. Укажите, какой компонент относится к паралингвистическим элементам невербальной коммуникации:

- а) интонация
- б) жест
- в) взгляд
- г) мимика

35. Укажите, кто впервые ввел термин «стиль межличностного взаимодействия»:

- а) А.Адлер
- б) З.Фрейд
- в) К.Юнг
- г) А.Леонтьев

36. Закончите определение: "Деловое общение – это..."

а) процесс взаимосвязи и взаимодействия, в котором происходит обмен деятельностью, информацией и опытом, предполагающим достижение определенного результата

б) процесс взаимосвязи и взаимодействия, в котором происходит обмен сообщениями

в) процесс взаимосвязи и взаимодействия, в котором происходит обмен информацией для достижения определенных целей

г) процесс взаимосвязи и взаимодействия, в котором происходит обмен опытом

37. Какой из перечисленных элементов не входит в структуру массовой коммуникации?

а) помехи

б) массовая информация

в) массовая аудитория

г) коммуниканты

38. Найдите ошибку: "Массовая коммуникация характеризуется":

а) объемом информации

б) многоканальностью и возможностью выбора коммуникативных средств, обеспечивающих вариативность

в) социальной значимостью информации

г) массовостью аудитории

д) наличием технических средств

39. Какую задачу решает реклама как форма коммуникации?

а) уведомления

б) социализации

в) инкультурации

г) маркетинговую

40. Установите, в какой логической последовательности реализуются этапы рекламной коммуникации:

а) Рекламодатель - производитель образца рекламы - средства хранения рекламного образца - средства распространения рекламного образца - Получатель рекламы

б) Рекламопроизводитель - Рекламное агентство - средства хранения рекламного образца - средства распространения рекламного образца - Получатель рекламы

в) Рекламодатель - средства распространения рекламного образца - Получатель рекламы

г) Рекламодатель - производитель образца рекламы - средства хранения рекламного образца - средства тиражирования рекламного образца - Получатель рекламы - Реакция получателя

41. Укажите, какой тип барьеров не относится к коммуникативным:

- а) барьеры, связанные с условиями среды
- б) барьеры, связанные с факторами среды
- в) технические барьеры
- г) социокультурные барьеры
- д) социально-психологические барьеры

42. Найдите ошибку: "Для современной массово-коммуникационной ситуации характерны следующие тенденции:"

- а) расширяются возможности для извлечения прибыли
- б) развиваются современные коммуникационные технологии, которые влияют на природу, объем и содержание информации
- в) возрастает число международных и транснациональных участников процесса циркуляции информации в мире
- г) растет интерес к транскультурным исследованиям, а также к изучению общественного мнения, совершенствуется использование результатов исследований и технических средств по сбору и обобщению данных

43. Какую функцию не реализует современный информационно-коммуникативный порядок?

- а) экономическую
- б) информационную
- в) культурную
- г) профессиональную

44. Коммуникативная личность представляет собой:

- а) личность, обладающую целым рядом индивидуальных характеристик (коммуникабельность, харизма и др.), способствующих выполнению таких социально значимых функций как взаимодействие и воздействие
- б) специфический социальный феномен, исключительно одаренный человек
- в) «коммуникабельный» человек, который резко ограничивает свои действия ради сохранения своих личных секретов
- г) личность, имеющую способность быстро устанавливать контакты с "нужными" людьми

45. Элементами линейной цепи коммуникации являются:

а) кодирование, передача сигнала, канал (передаточный механизм), прием и декодирование, обратная связь, помехи и барьеры

б) преобразование сигнала в форму, обеспечивающую оптимальную передачу сигнала по определенному каналу коммуникации

в) устное обращение, телефонная и интерактивная (двухсторонняя телесвязь), собрания, митинги, шествия и др.

г) передача, прием и декодирование сигнала

46. В межличностной коммуникации:

а) как отправителем, так и получателем выступают отдельные индивиды; осуществляются непосредственные контакты между субъектами общения

б) отсутствует обратная связь, которая не нужна, так как нет необходимости оказывать регулирующее воздействие на ход общения

в) осуществляется одновременное двухстороннее сообщение, что обязательно обогащает мировоззрение участников коммуникации

г) сам процесс коммуникации имеет доминирующую ценность, что позволяет из содержания коммуникации полностью исключить негативные моменты

47. Межличностная форма коммуникации:

а) играет главную роль в формировании и социализации личности, в противовес массовым формам носит более стандартный, рациональный и инструментальный характер

б) менее формализована, чем массовые коммуникации, содержание и форма определяется исходя из функций массовой коммуникации

в) в некоторых случаях формализована в своих проявлениях

г) исключает ролевые функции сторон в общении

48. Массовая коммуникация – это:

а) систематическое распространение сообщений через печать, телевидение, радио, кино, звукозапись, видеозапись среди численно рассредоточенной аудитории

б) средства общения, взаимодействия, включая печать, теле-видение, радиовещание, информационные агентства, кино и др.

в) вся сфера духовной (наука, искусство, литература) и духовно-практической (образование, воспитание, управление) деятельности

г) способ коммуникации «всех со всеми»

49. Наиболее активно в современных условиях развиваются функции СМИ:

а) аналитические, объективно отражающие условия жизни общества и помогающие личности, различным группам населения вырабатывать адекватное отношение к актуальным общественным явлениям

- б) информационные, развлекательные, а также те, которые обеспечивают художественные и рекламные коммуникации
- в) актуализация функций в современных условиях не происходит, они остались прежними
- г) лоббирование интересов политической элиты

50. 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
- г) Печатные СМИ

51. Политическая коммуникация – это:

- а) общение, информационное взаимодействие посредством СМИ между субъектами политической деятельности по поводу их совместных действий
- б) деятельность по формированию политики
- в) деятельность по реализации политики
- г) деятельность по делегированию властных полномочий

52. Пропаганду характеризует определение:

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

53. Целевой аудиторией СМИ называется:

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

54. Мониторингом СМИ называется:

- а) отслеживание сообщений СМИ во время проведения PR-мероприятия
- б) проверка гипотез о причинно-следственных связях

- в) компьютерный анализ эффективности PR-мероприятия
- г) контент-анализ

55. Пресс-релиз – это:

- а) информационное сообщение для публикации в прессе
- б) аналитический отчет по материалам, опубликованным в прессе
- в) список представителей прессы, приглашенных на пресс-конференцию
- г) аналитический отчет по материалам, опубликованным в Интернете

56. Методика систематического количественного описания содержания коммуникации, частотный анализ единиц текста называется:

- а) контент-анализом
- б) факторным анализом
- в) квантификацией
- г) корреляционным анализом

57. Первичной информацией называется:

- а) информация, которая выявляется в процессе наблюдения и опроса
- б) информация, которая только что опубликована в СМИ
- в) опрос, проводимый в специально оборудованных кабинетах
- г) информация, которая опубликована в первичных источниках

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

- а) "легкими" зрителями
- б) реципиентами
- в) "тяжелыми" зрителями
- г) эмитентами

59. 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) нейролингвистическое программирование
- б) агитация
- в) пропаганда
- г) зомбирование

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

- а) рейтингом

- б) долей
- в) индексом рейтинга
- г) атрибутом рейтинга

61. В обществе массовая коммуникация выполняет следующие наиболее значимые функции:

- а) конструктивную
- б) наблюдения за окружающим миром
- в) развлечения массовой аудитории
- г) экономическую

62. Интернет по сравнению с традиционными СМИ выигрывает по целому ряду моментов, к которым относится:

- а) интерактивность
- б) мультимедийность
- в) синхронизация
- г) дешевизна

63. 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
- г) правдивость информации

64. Новая историческая фаза развития цивилизации, в которой главными продуктами производства являются информация и знания, – это:

- а) информационное общество
- б) информационная инфраструктура
- в) информационная культура
- г) информационный обмен

65. 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

66. Основные направления эмпирических исследований массовой коммуникации:

- а) исследование потребления медиа-продукции
- б) исследование продажи медиа-продукции

- в) исследование производства медиа-продукции
- г) исследование содержания медиа-продукции

67. Представление о системе массовой коммуникации как самоорганизующейся и самоконтролируемой системе существует:

- а) в структурализме
- б) в теориях массового общества
- в) в культурологическом направлении
- г) в теориях «информационного общества»

68. Кому из теоретиков социологии массовой коммуникации принадлежит идея «само средство коммуникации и есть сообщение»:

- а) М. Маклюэну
- б) А. Молю
- в) М. Веберу
- г) Г. Лассуэллу

69. Основные социологические методы определения лидеров мнений:

- а) социометрический
- б) метод самоопределения
- в) метод ключевых информантов
- г) метод фокус-групп

70. Особенности процесса массовой коммуникации:

- а) носит институциональный характер
- б) носит межличностный характер
- в) имеет социальную направленность
- г) носит организованный характер

71. Укажите, что явилось материальной предпосылкой возникновения массовой коммуникации:

- а) появление кинематографа, телеграфа, радио, техники звукозаписи
- б) изобретение книгопечатания, положившее основу тиражированию информации
- в) создание сети Интернет
- г) изобретение телевидения

72. Основная социальная роль массовой коммуникации:

- а) распространение информации среди численно больших аудиторий
- б) внедрение в массовое сознание определенной системы ценностей
- в) стирание социальных различий в обществе
- г) формирование духовно богатой личности

73. Специфика телекоммуникаций состоит:

- а) во взаимодействии между каналом и аудиторией, происходящем в собственном физическом пространстве зрителя
- б) в непосредственном восприятии происходящего
- в) в первичном и естественном взаимодействии
- г) в неограниченном объеме передаваемой информации

74. Интернет как средство массовой коммуникации обладает рядом преимуществ:

- а) оперативность и интерактивность
- б) открытость, демократичность
- в) дешевизна
- г) мультимедийность

75. Основная социальная предпосылка возникновения массовой коммуникации:

- а) процесс социализации
- б) процесс социальной дифференциации
- в) процесс урбанизации
- г) процесс рурализации

76. Модернизирующееся общество требует от средств массовой коммуникации:

- а) организации общественной экспертизы и привлечения к дискуссиям экспертов
- б) обсуждения в СМК альтернатив развития
- в) отстаивания властных интересов
- г) адаптации граждан к нововведениям

77. К основным формам регуляции отношений в сфере средств массовой коммуникации относят:

- а) законодательство
- б) профессиональные кодексы этики
- в) властные решения
- г) традиции, мораль

78. Информационное и социальное неравенство соотносятся следующим образом:

- а) информационное неравенство порождает социальное неравенство
- б) информационное неравенство ведет к социальному неравенству
- в) информационное неравенство ведет к социальному равенству
- г) информационное неравенство никак не связано с социальным неравенством.

79. Сетевое сообщество – это:

- а) группа людей, ведущих совместную деятельность при помощи компьютерных сетевых сообществ
- б) группа людей, поддерживающих виртуальное общение
- в) группа людей, основанная на добровольном членстве
- г) референтная группа

80. Назовите основные формы взаимоотношений государства и средств массовой коммуникации:

- а) СМК отражают плюрализм социальных и экономических отношений
- б) государство владеет СМК и полностью определяет их политику
- в) государство не владеет СМК, но влияет на их политику
- г) государство не вмешивается в деятельность СМК

81. Выражение «СМИ – четвертая власть» означает:

- а) участие средств массовой коммуникации в разработке стратегии социального развития
- б) артикуляцию интересов социальных сил, не вошедших в законодательную и исполнительную власть
- в) возможность воздействия на законодательную, исполнительную и судебную власть
- г) подчиненное положение по отношению к законодательной, исполнительной и судебной власти

82. Информационная услуга – это:

- а) услуга, ориентированная на удовлетворение информационных потребностей
- б) специфический информационный продукт
- в) услуга государственного органа власти
- г) результат деятельности производителя информационных продуктов

83. Назовите цель создания общероссийских обязательных общедоступных каналов:

- а) создание условий для получения населением социально значимой информации
- б) получение прибыли от рекламной деятельности на канале
- в) выравнивание культурных и образовательных различий
- г) объединение людей в единое информационное пространство

84. Тенденции развития современного российского медиарынка:

- а) увеличение числа медиаканалов
- б) фрагментация аудиторий
- в) специализация средств массовой коммуникации
- г) снижение конкуренции среди каналов массовой коммуникации

85. Укажите, какой тип опроса чаще всего используется для прогноза исхода выборов:

- а) панельный
- б) когортный
- в) трендовый
- г) социометрический

86. Эффект медиавоздействия – это:

- а) результат медиавоздействия
- б) последствия медиавоздействия
- в) соотношение затрат и произведенного результата
- г) позитивное и негативное медиавоздействие

87. Способы (приемы) организации информационного воздействия на массовую аудиторию:

- а) массовость
- б) срочность
- в) сенсационность
- г) дробление информации

88. Назовите причины возникновения стереотипов:

- а) склонность людей к упрощенному мышлению
- б) усложнение реальности и трудности ее познания
- в) стремление выразить абстрактные понятия в конкретных образах
- г) низкий образовательный уровень

89. Манипулирование – это:

- а) скрытое действие, цель которого принудить кого-либо к действию (бездействию)
- б) система психологического воздействия, ориентированная на внедрение иллюзорных представлений
- в) побуждение к действию
- г) побуждение к заинтересованности в результатах действия

90. Коммуникатор может быть представлен:

- а) личностью коммуникатора (как персонифицированного, так и не персонифицированного)
- б) сферой производства информации
- в) конкретным каналом коммуникации
- г) средствами массовой коммуникации как социальным институтом

91. «Индекс насилия» на экране телевидения вывел:

- а) Дж. Гербнер
- б) Г. Лассуэлл
- в) М. Маклюэн

г) Дж. Гэллап

92. Симулякр – это:

- а) копия, не имеющая оригинала в действительности
- б) иллюзорная реальность
- в) изображение без оригинала
- г) репрезентация несуществующего

93. Информационная среда является:

- а) субъективно-объективной реальностью
- б) объективной реальностью
- в) субъективной реальностью
- г) объективно-субъективной реальностью

94. Часть информационной среды, неадекватно отражающая окружающий мир:

- а) иллюзорная реальность
- б) копия, не имеющая оригинала в действительности
- в) изображение без оригинала
- г) репрезентация несуществующего

95. Согласно Федеральному закону «О рекламе», в рекламе не допускается:

- а) демонстрация процессов курения и потребления алкогольной продукции, а также пива и напитков, изготавливаемых на его основе
- б) использование иностранных слов и выражений, которые могут привести к искажению смысла информации
- в) указание на то, что объект рекламирования одобряется органами государственной власти или органами местного самоуправления либо их должностными лицами
- г) употребление слов и предложений, затрудняющих понимание смысла информации

96. Социальная реклама направлена на:

- а) достижение общественно полезных целей
- б) достижение благотворительных целей
- в) обеспечение интересов отдельных социальных групп
- г) обеспечение интересов государства

97. Медиа-исследования – это:

- а) исследования средств массовой коммуникации с целью получения информации о каналах коммуникации и аудитории
- б) исследования популярности средств массовой коммуникации
- в) методология исследования средств массовой коммуникации
- г) конкретные методики медиа-анализа

98. Укажите основные направления медиа-исследований:

- а) мониторинг средств массовой коммуникации
- б) медиа-измерения
- в) систематический и объективный сбор и анализ информации о проблеме, связанной со сбытом продукции и предложением услуг
- г) качественное изучение аудитории

99. Состав группы респондентов при панельных исследованиях медиа:

- а) меняется, опрос проводится регулярно в течение данного срока
- б) может быть либо постоянным, либо переменным в зависимости от цели исследования
- в) постоянен, опрос проводится регулярно в течение данного срока
- г) постоянен, опрос проводится нерегулярно, время от времени

100. Медиапланирование – это:

- а) исследования средств массовой коммуникации с целью получения информации о каналах коммуникации и аудитории
- б) деятельность, направленная на эффективное использование ресурсов при взаимодействии со средствами массовой коммуникации
- в) методология исследования средств массовой коммуникации
- г) конкретные методики медиа-анализа

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

Приведите пример использования знаковой функции одежды, жестов как социального кода.

Компетентностно-ориентированная задача № 2

Раскройте специфику невербального поведения представителей разных культур. Покажите, что значение многих невербальных знаков интерпретируется по-разному в различных странах мира.

Компетентностно-ориентированная задача № 3

Дайте определение следующим понятиям: «коммуникация», «общение», «речевая деятельность». Что общего и различного содержится в этих понятиях? В каком значении термин «коммуникация» выступает в данных сочетаниях: воздушные коммуникации, перспективные коммуникации, железнодорожные коммуникации?

Компетентностно-ориентированная задача № 4

Определите основные этапы становления и развития теории коммуникации. Систематизируйте материал темы в виде схемы по разделам: период, основные теории изучения коммуникации, имена специалистов, подходы к изучению коммуникации. Определите имена отечественных и зарубежных ученых, которые, по-вашему, внесли значительный вклад в развитие социологии коммуникации. Аргументируйте свою точку зрения.

Компетентностно-ориентированная задача № 5

Какие факторы способствуют эффективности коммуникации? Назовите основные причины, создающие «коммуникативные барьеры» при передаче информации.

Компетентностно-ориентированная задача № 6

Приведите свои собственные примеры структурной, оперативной, фундаментальной информации.

Компетентностно-ориентированная задача № 7

Напишите Ваши рекомендации политику, готовящемуся к публичному выступлению.

Компетентностно-ориентированная задача № 8

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

Компетентностно-ориентированная задача № 9

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

Компетентностно-ориентированная задача № 10

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

Компетентностно-ориентированная задача № 11

Прочитайте статью Е.П.Тавокина «Информация как научная категория» (Социологические исследования. 2006. № 11. С. 3-10.) Ответьте на следующие вопросы:

- Как менялось содержание термина информация в ходе развития науки и технических средств массовых коммуникаций?
- В каком значении в настоящее время выступает термин «информация»?
- Проиллюстрируйте примерами обмен данными между людьми, между человеком и автоматом, между автоматом и автоматом, а также обмен сигналами в животном и растительном мире.
- Перечислите основные функции информации в современном мире.

Компетентностно-ориентированная задача № 12

Назовите и охарактеризуйте составляющие речевого акта. Как связаны иллюкуционный и перлокуционный акты? Проиллюстрируйте теоретический материал собственными примерами. Рассмотрите теорию аргументирующей коммуникации Франса ван Еемерена и Роба Гроотендорста. Что такое аргументация? Назовите отличительные признаки аргументирующей

коммуникации. Приведите собственные примеры в аргументативном дискурсе имплицитных или косвенных речевых актов, множественной аргументации.

Компетентностно-ориентированная задача № 13

Являются ли суеверия семиотическими знаками? Приведите примеры суеверий, сохранившихся до настоящего времени в русской культуре. С чем связано их происхождение? Всегда ли можно восстановить их историю.

Компетентностно-ориентированная задача № 14

Охарактеризуйте искусство икебаны как семиотическую систему. Существует ли «язык цветов» в современной русской культуре? Попробуйте «составить букет», учитывая следующие параметры: социальный статус, биологический пол, возраст, характер межличностных отношений.

Компетентностно-ориентированная задача № 15

В животном мире распространены звуки как средство коммуникации, которые являются средством передачи информации в условиях определенной среды обитания. Правомерно ли говорить о существовании языка как средства общения у животных? Как соотносятся понятия язык и речь? В каких формах осуществляется самопрезентация у людей и животных? Почему в современный период люди предпочитают «общаться» с домашними животными или растениями?

Компетентностно-ориентированная задача № 16

Речевая коммуникация находит свое отражение в пословицах, поговорках, фразеологизмах. Подберите идиомы:

- отражающие действенность слова на судьбу человека;
- отражающие отрицательную оценку пустой болтовни;
- отражающие необратимость речевой коммуникации;
- отражающие внимание к технике речи;
- отражающие предпочтение конфликтному или кооперативному общению.

Компетентностно-ориентированная задача № 17

Текстовый обмен сообщениями одна из самых простых и распространенных форм общения в мобильной связи. Но иногда этот сервис доставляет пользователям некоторые неудобства. Чаще всего это происходит потому, что владельцы карманных компьютеров и сотовых телефонов не учитывают особенности общения через SMS. Существуют и территориальные отличия правил пользования SMS. Так, например, обмен текстовыми сообщениями во время совещаний в Финляндии считается вполне нормальным явлением, тогда как в США это воспринимается как проявление неуважения к собранию. Попробуйте сформулировать общие правила мобильной переписки для всех государств.

Компетентностно-ориентированная задача № 18

Объясните, каким образом следующие «квалифицирующие» определения связаны с понятиями «социальная роль», «социальное поведение»: командирский голос, начальственный окрик, прокурорский тон, кричит как базарная торговка?

Компетентностно-ориентированная задача № 19

Как формируется вторичная коммуникативная личность? Оказывает ли на Вас влияние культура народа, чей язык вы изучаете или изучали? Что такое языковая экспансия? Какое влияние личность оказывает экспансия английского языка и культуры в мире? Это отрицательное или положительное влияние? Подтвердите ответ конкретными примерами.

Компетентностно-ориентированная задача № 20

Прочитайте статью Гладарева Б.С. «Женщина, мужчина и мобильный телефон» (Социологические исследования. 2006. № 4. С. 68-76.) В статье анализируются результаты полевого исследования: "Пользователи мобильных телефонов в России. Сетевая перспектива". Оно было проведено автором в Петербурге при поддержке France Telecom и Telenor, включало 14 глубинных интервью с 7 мужчинами и 7 женщинами (20-30 лет) и организацию ведения дневников повседневной коммуникации (записи в них вели информанты). Ответьте на ряд вопросов:

- Каковы гендерные отличия в историях покупки мобильного телефона?
- Имеют ли место существенные отличия между мужчинами и женщинами в предпочтениях в отношении размеров, дизайна, оформления изделий?
- Кто дольше/чаще разговаривает по телефону?
- Направление звонков и SMS характеризуется гетеросексуальной симметрией или асимметрией?
- В плане практического применения мобильные телефоны относятся к гендерно – нейтральным или гендерно - поляризованным технологиям?

Компетентностно-ориентированная задача № 21

Изложите основные положения постмодернистских коммуникационных теорий:

- а) модель Жана Бодрийяра (вещественная)
- б) модель Жюльена Делеза (постструктуралистская)
- с) модель Жака Деррида (деконструктивистская)

Компетентностно-ориентированная задача № 22

Прочитайте статью А.Д.Еляков «Информационная перегрузка людей» (Социологические исследования. 2005. № 5. С. 114-121.)

- Что такое «информационный мусор»?

- Назовите основные проблемы, возникающие в информационном обществе.
- Что такое «информационная культура»? Назовите ее компоненты.
- Выскажите собственное мнение о возможностях формирования информационной культуры в современной России.

Компетентностно-ориентированная задача № 23

Коммуникатор отвечает даже на невысказанные сомнения получателя информации. Например, в период войны с Японией американским специалистам по психологическим операциям было сложно склонять японских солдат к плену из-за имеющегося у них стереотипа, что смерть почетнее плена. И одним из аргументов по работе против данного стереотипа стала демонстрация последующей успешной жизни японских солдат и офицеров, ставших военнопленными еще в период русско-японской войны. Или такой пример: поскольку солдаты боялись оказаться в одиночестве, выпускаемые для противника газетные листки демонстрировали фотографии военнопленных только в коллективе. В период второй мировой войны произошла смена лозунга пропаганды среди немецких солдат со "Сдаваясь в плен, ты спасешь себя" на "Сдаваясь в плен, ты спасаешь свою семью". Какое коммуникативное сообщение соответствует ожиданиям получателя, является более эффективным?

Компетентностно-ориентированная задача № 24

Рассмотрите специфику использования методов и приемов пропаганды в ходе информационной войны, а также оцените степень ее эффективности.

- а) Гитлеровская пропаганда в период Второй мировой войны.
- б) Американская пропаганда в период войны в Персидском заливе

Компетентностно-ориентированная задача № 25

В коммуникативном пространстве современного университета представлено взаимодействие представителей разных социальных групп: преподаватели, студенты, сотрудники, обслуживающий персонал и др. Покажите, каким образом осуществляются коммуникация по вертикали и по устойчивой дистанции в общении между студентами и преподавателями, связано ли это с информационным или социальным разрывом?

Компетентностно-ориентированная задача № 26

В статье Р.С.Костовой «Об информационной культуре студентов» (Социологические исследования. 2007. № 8. С. 134-136.) приведены результаты опроса студентов четырех вузов г. Тюмени, проведенного в 2005-2006 гг. в целях определения их уровня владения информационной культурой. Оцените уровень информационной культуры студентов СмолГУ на основе предложенных в статье критериев.

Компетентностно-ориентированная задача № 27

Коммуникативные процессы никогда не остаются без тех или иных методов управления ими. Роль управления особенно возрастает в кризисные периоды, в качестве таковых можно трактовать и избирательные процессы. Это связано с тем, что в подобный период вновь резко возрастает значимость массового сознания из-за последующего голосования. Если мы посмотрим на коммуникативные потоки с точки зрения управления ими, то можем выделить ряд принципиально отличных задач, разделенных условно на два класса: на управление содержанием и управление формой. Рассмотрите их элементы, проиллюстрируйте некоторые из них примерами из прессы.

Компетентностно-ориентированная задача № 28

Рассмотрите особенности одной из форм деловой коммуникации (совещание, собрание, деловые переговоры, пресс-конференция), используя следующие критерии:

- цель проведения (зачем?)
- контингент участников (кто? с кем? для кого?)
- регламент (сколько времени)
- коммуникативные средства реализации намерений (как?)
- организация коммуникативного пространства (где?)
- ожидаемый результат (какой?)

Компетентностно-ориентированная задача № 29

Американский социолог Курт Левин выделил три основных стиля общения – авторитарный, демократический и попустительский (либеральный). Покажите на конкретных примерах, каким образом эти стили влияют на коммуникативное поведение адресанта-руководителя и адресата-подчиненного.

Компетентностно-ориентированная задача № 30

Путем рефлексии определите свойства эффективной межличностной коммуникации и их наличие или потенциальную возможность в вашем общении с другими.

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-бальной 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.