

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Емельянов Сергей Геннадьевич  
Должность: ректор  
Дата подписания: 14.03.2025 09:54:22  
Уникальный программный ключ:  
9ba7d3e34c012eba476ffd2d064cf2781953be750d42374d16f3c0ce536f0f66

**МИНОБРАЗОВАНИЯ РОССИИ**  
Федеральное государственное бюджетное  
образовательное учреждение высшего образования  
«Юго-Западный государственный университет»  
(ЮЗГУ)

Кафедра философии и социологии

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной работе

С.Г. Доктинова

« 5 » 03



## СОЦИОЛОГИЯ МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ

**Методические рекомендации  
по самостоятельной работе для студентов  
направления подготовки  
39.03.01 Социология**

Курск 2025

УДК 316.77

Составитель: О.А. Гримов

Рецензент

доктор философских наук, профессор Каменский Е.Г.

Социология массовых коммуникаций: методические рекомендации по самостоятельной работе для студентов направления подготовки 39.03.01 Социология / Курск. Юго-Зап. гос. ун-т; сост.: О.А. Гримов. – Курск, 2025. – 36 с. – Библиогр.: с. 35.

В методических рекомендациях даны краткие пояснения к выполнению самостоятельной работы по дисциплине «Социология массовых коммуникаций» в соответствии с учебным планом направления подготовки 39.03.01 Социология. Изложены требования и даны рекомендации по основным формам самостоятельной работы.

Методические указания соответствуют требованиям федерального государственного образовательного стандарта высшего образования для направления подготовки 39.03.01 Социология.

Материал будет полезен студентам различных направлений подготовки, изучающим дисциплины общегуманитарного профиля.

Текст печатается в авторской редакции

Подписано в печать 5.03. Формат 60 x 84 1/16.

Усл. печ. л. 2,09. Уч.-изд. л. 1,89. Тираж 100 экз. Заказ 319.

Бесплатно.

Юго-Западный государственный университет.

305040 Курск, ул. 50 лет Октября, 94.

## **Общие задачи самостоятельной работы**

Целью преподавания дисциплины «Социология массовых коммуникаций» является изучение системы массовых коммуникаций во всем многообразии аспектов их проявления и функционирования, в определенной их роли в социальных процессах и их влияния на различные социальные структуры, в выявлении внутренних сущностных и содержательных характеристик системы массовых коммуникаций как социального института, выполняющего в обществе главную роль в процессе управления и формирования общественного мнения как состояния массового сознания.

Самостоятельная работа студентов направлена на:

- рассмотрение теоретических и методологических основ исследования системы массовых коммуникаций как социального явления и социального процесса;
- изучение особенностей информационного влияния массовых коммуникаций на различные социальные структуры;
- рассмотрение основ анализа субъективно-объективных отношений, существующих в обществе, с целью выработки у студентов навыков аналитического подхода к исследованию различных целей и задач, реализуемых посредством деятельности средств массовых коммуникаций;
- ознакомление студентов с основными методами исследования системы массовых коммуникаций и аудитории как объекта их воздействия.

Для решения этих задач студентам предлагаются оригинальные произведения отечественных и зарубежных исследователей, а также публикации в периодических изданиях, посвященные различным аспектам массовой коммуникации. Навыки сбора, анализа и интерпретации социологических данных формируются на основе выполнения студентами специальных тематических заданий. Эти задания требуют умения работы с источниками, анализа полученной информации.

Для развития и совершенствования коммуникативных навыков студентов, а также их навыков участия в научном диалоге проводятся учебные занятия в виде «диспута», «круглого стола» или «мини-конференции».

## Задания для самостоятельной работы студентов

### **Тема 1. Предмет и объект социологии массовых коммуникаций.**

*Вопросы для самоконтроля:*

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)

*Задание:*

Подготовка к участию в диспуте «Предмет и объект социологии массовой коммуникации»

*Вопросы:*

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.

Критерии оценивания: глубина проработки источников, свободное владение материалом, умение вести дискуссию и формулировать вопросы.

### **Тема 2. История развития социологии массовой коммуникации.**

*Вопросы для самоконтроля:*

1. Начальный этап становления социологии коммуникации. Формирование понятийного аппарата.
2. Развитие специфических социологических методов сбора информации о социальных процессах и состояниях. Формирование культуры процедуры измерения.
3. Становление социологии массовой коммуникации как теории среднего уровня.
4. Марксизм и теории массовой коммуникации.
5. 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.).
6. Идеологемы как теоретические основания формирования представлений о массовой коммуникации.
7. Исследование массовой коммуникации в рамках теории журналистики.

*Задание:*

Подготовка к участию в диспуте «История развития социологии массовой коммуникации»

Вопросы:

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.

Критерии оценивания: глубина проработки источников, свободное владение материалом, умение вести дискуссию и формулировать вопросы.

### **Тема 3. Направления исследований массовой коммуникации в рамках теоретической социологии**

*Вопросы для самоконтроля:*

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

*Задание:*

Раскройте значение основных понятий и заполните таблицу по образцу.

Понятие	Значение
Массовая коммуникация	
Теория среднего уровня	

В конце работы укажите, какой литературой Вы пользовались при составлении таблицы.

Критерии оценивания: полнота заполнения таблицы.

#### **Тема 4. Направления и методы эмпирических исследований массовой коммуникации.**

*Вопросы для самоконтроля:*

1. Исследования коммуникатора (персонифицированного и безличного).
2. Анализ содержания массовой коммуникации.
3. Исследования каналов массовой коммуникации.
4. Исследования аудитории средств массовой коммуникации.

*Задание:*

Подготовка к участию в диспуте «Направления и методы эмпирических исследований массовой коммуникации»

Вопросы:

1. Исследования коммуникатора (персонифицированного и безличного).
2. Анализ содержания массовой коммуникации.
3. Исследования каналов массовой коммуникации.
4. Исследования аудитории средств массовой коммуникации.

Критерии оценивания: глубина проработки источников, свободное владение материалом, умение вести дискуссию и формулировать вопросы.

#### **Тема 5. Массовая коммуникация как система деятельности.**

*Вопросы для самоконтроля:*

1. Понятие коммуникации, общения, информации.
2. Понятие деятельности.
3. Массовая коммуникация как вид регулятивной деятельности.
4. Потребности и интересы как побудительные мотивы деятельности.
5. Массовая коммуникация как духовно-практическая

деятельность.

6. Понятие массово-коммуникативного как информационного воздействия на большие общности людей (аудиторию).

7. Понятие деятельностного ряда.

8. Массово-коммуникативный акт: объективная реальность – коммуникатор – каналы распространения – аудитория.

*Задание:*

Подготовьте доклад с презентацией на тему «Массовая коммуникация как система деятельности».

Одним из видов самостоятельной работы является подготовка творческой работы по заданной либо согласованной с преподавателем теме. *Творческая работа (доклад с презентацией)* представляет собой оригинальное произведение объемом до 10 страниц печатного текста (10-15 слайдов).

Критерии оценивания: глубина проработки источников, свободное владение материалом, умение вести дискуссию и формулировать вопросы.

## **Тема 6. Субъекты массово-коммуникативной деятельности.**

*Вопросы для самоконтроля:*

1. Понятие субъектности. Субъект, средство, объект. Субъект как лицо или группа лиц, реализующих собственную программу. Целеполагающая деятельность субъекта.

2. Средство как нейтральное звено в системе целеполагания. Целенаправленная деятельность в системе массовой коммуникации.

3. Ценности, интересы, цели и результаты как критерии субъектности в деятельности массовой коммуникации.

4. Субъекты социальных интересов и их роль в деятельности массовой коммуникации.

5. Субъекты профессиональных интересов. Журналист как субъект творческой деятельности.

6. Понятие коммуникатора. «Безличный» коммуникатор. Коммуникатор как индивидуальность.

7. Понятие персонификации.

8. Роль коммуникатора в информационном влиянии на массовое сознание.

9. Субъектно-субъектные и субъектно-объектные отношения

в процессе массово-коммуникативной деятельности.

*Задание:*

«Подготовка доклада» на тему «Субъекты массово-коммуникативной деятельности».

Доклад — это сообщение, содержимое которого представляет информацию и отражает суть вопроса или исследования применительно к данной ситуации. Цель доклада — информирование кого-либо о чём-либо. Тем не менее, доклады могут включать в себя такие элементы как рекомендации, предложения или другие мотивационные предложения.

Рекомендуемая продолжительность доклада составляет 10 минут. После выступления докладчика предусматривается время для его ответов на вопросы аудитории и для резюме преподавателя.

Критерии оценивания:

1. Практическая значимость работы.
2. Использование презентации.
3. Оригинальность работы.
4. Соответствие результатов работы современным тенденциям развития науки.
5. Глубина изучения состояния проблемы.
6. Использование современной научной литературы при подготовке работы.
7. Ответы на вопросы слушателей.
8. Логика изложения доклада, убедительность рассуждений.
9. Структура работы (имеются: введение, цель работы, постановка задачи, решение поставленных задач, выводы).

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

*Вопросы для самоконтроля:*

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.

*Задание:*

Напишите эссе на тему «Ценности как основа деятельности субъектов массово-коммуникативного процесса»

Эссе - жанр философской, литературно-критической, исторической, публицистической прозы, сочетающий подчеркнуто индивидуальную позицию автора с непринужденным, часто парадоксальным изложением, ориентированным на разговорную речь. Существенными признаками эссе являются наличие конкретной темы или вопроса, личностный характер восприятия проблемы и ее осмысления, относительно небольшой объем, свободная композиция, непринужденность повествования и парадоксальность, стремление чем-то удивить читателя. При этом для эссе необходимо внутреннее смысловое единство.

**Примерные темы эссе:**

1. Политические, профессиональные, психологические, творческие ценности и их реализация в деятельности массовой коммуникации

2. Ценности как критерий уровня развития общества.

3. Содержание массовой коммуникации как показатель ценностных ориентаций субъектов различных уровней и социальных сфер.

Критерии оценивания:

– презентация собственной точки зрения при раскрытии проблемы;

– раскрытие проблемы на теоретическом и практическом уровне;

– аргументация своей позиции с опорой на факты общественной жизни или собственный опыт.

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

*Вопросы для самоконтроля:*

1. Свобода как ценность в деятельности массовой коммуникации.

2. История формирования и представлений о свободу печати.
3. Понятие и сущность свободы.
4. Свобода как способность субъекта контролировать условия собственного существования.
5. Понятие свободы печати и свободы слова.
6. Сущность свободы печати.
7. Четыре концепции свободы прессы.
8. Цензура.
9. Понятие плюрализма мнений.
10. Проблема социальной ответственности массовой коммуникации.
11. Необходимость государственного регулирования свободы печати.
12. Юридические ограничители свободы печати.
13. Финансовая зависимость деятельности массовой коммуникации как проявление свободы определенных субъектов социальных интересов.
14. Выражение мнений аудитории как проблема свободы слова.

*Задание:*

Подготовка к участию в диспуте «Проблема свободы субъекта субъектов массово-коммуникативной деятельности»

*Вопросы:*

1. Свобода как ценность в деятельности массовой коммуникации.
2. История формирования представлений о свободе печати.
3. Понятие и сущность свободы.

Критерии оценивания: глубина проработки источников, свободное владение материалом, умение вести дискуссию и формулировать вопросы.

## **Тема 9. Объект в системе массово-коммуникативной деятельности.**

*Вопросы для самоконтроля:*

1. Массовое сознание как объект деятельности массовой коммуникации.
2. Социальная природа сознания.
3. Различные подходы к исследованию массового сознания.

Определение массового сознания по субъектам отражения.

4. Понятие массы. Понятие «эксгрупповой массы» (Б.А. Грушин).

5. Количественный критерий выделения массы (различные социальные образования: религия, национальность, класс и др.).

6. Элитарный подход.

7. Объекты массового сознания как основания для классификации (различные ориентации людей, установки, поведенческие уровни).

8. Индивидуальное, групповое, специализированное сознание.

9. Понятие массового сознания, непосредственно включенного в практическую деятельность.

10. Практическое сознание. Обыденное сознание.

11. Общественное мнение как состояние массового сознания.

12. Массовая информация в деятельности массовой коммуникации.

*Задание:*

Подготовка к участию в диспуте «Объект в системе массово-коммуникативной деятельности»

*Вопросы:*

1. Массовое сознание как объект деятельности массовой коммуникации.

2. Социальная природа сознания.

3. Различные подходы к исследованию массового сознания.

Критерии оценивания: глубина проработки источников, свободное владение материалом, умение вести дискуссию и формулировать вопросы.

## **Тема 10. Функции системы массовой коммуникации.**

*Вопросы для самоконтроля:*

1. Массовая коммуникация как функциональная система.

2. Структурно-функциональный подход в анализе деятельности массовой коммуникации.

3. Развитие представлений о функциях массовых коммуникаций в зарубежной и отечественной науке.

4. Факторы эффективного функционирования массовых коммуникаций, реализации их роли в системе социальных процессов.

*Задание:*

Подготовка к участию в диспуте «Функции системы массовой коммуникации»

*Вопросы:*

1. Массовая коммуникация как функциональная система
2. Структурно-функциональный подход в анализе деятельности массовой коммуникации
3. Развитие представлений о функциях массовых коммуникаций в зарубежной и отечественной науке.

Критерии оценивания: глубина проработки источников, свободное владение материалом, умение вести дискуссию и формулировать вопросы.

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

*Вопросы для самоконтроля:*

1. Агитация, пропаганда и контрпропаганда как методы деятельности массовой коммуникации.
2. Прагматическое и социально-психологическое моделирование.
3. Психологические методы воздействия массовой коммуникации на аудиторию.
4. Факторы, способствующие эффективному воздействию массовой коммуникации на аудиторию.
5. Аудиторные показатели эффективности деятельности массовой коммуникации.

*Задание:*

Подготовка к участию в диспуте «Формы и методы массово-коммуникативного воздействия на аудиторию в процессе функционирования массовой коммуникации»

*Вопросы:*

1. Агитация, пропаганда и контрпропаганда как методы деятельности массовой коммуникации.
2. Прагматическое и социально-психологическое моделирование.
3. Психологические методы воздействия массовой коммуникации на аудиторию.

4. Факторы, способствующие эффективному воздействию массовой коммуникации на аудиторию.

Критерии оценивания: глубина проработки источников, свободное владение материалом, умение вести дискуссию и формулировать вопросы.

## **Тема 12. Массовая коммуникация как социальный институт.**

*Вопросы для самоконтроля:*

1. Особенности массовой коммуникации как социального института, его задачи и место в системе социальных институтов общества.

2. Массово-коммуникативная деятельность как форма политического и социального контроля.

3. Типы средств массовых коммуникаций (государственно-общественные, государственные, коммерческие) и модели социального управления.

4. Правовые нормы и этические нормы, регулирующие деятельность массовой коммуникации.

*Задание:*

Подготовка к участию в диспуте «Массовая коммуникация как социальный институт»

*Вопросы:*

1. Особенности массовой коммуникации как социального института, его задачи и место в системе социальных институтов общества

2. Массово-коммуникативная деятельность как форма политического и социального контроля

3. Типы средств массовых коммуникаций (государственно-общественные, государственные, коммерческие) и модели социального управления

Критерии оценивания: глубина проработки источников, свободное владение материалом, умение вести дискуссию и формулировать вопросы.

## **Тема 13. Структура системы средств массовых коммуникаций**

*Вопросы для самоконтроля:*

1. Печать, радио и телевидение в системе средств массовой коммуникации, основные характеристики и способы воздействия на аудиторию.

2. Интернет как специфическая структура массовых коммуникаций.

3. Информационные и рекламные агентства, службы связи с общественностью и социологические службы.

4. Анализ жанров.

*Задание:*

Подготовка к участию в диспуте «Структура системы средств массовых коммуникаций»

*Вопросы:*

1. Печать, радио и телевидение в системе средств массовой коммуникации, основные характеристики и способы воздействия на аудиторию.

2. Интернет как специфическая структура массовых коммуникаций.

3. Информационные и рекламные агентства, службы связи с общественностью и социологические службы.

4. Анализ жанров.

Критерии оценивания: глубина проработки источников, свободное владение материалом, умение вести дискуссию и формулировать вопросы.

## Тематические тесты для самопроверки

### Тест по теме «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, обуславливающих 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.Конттом 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

**Тест по теме «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: \_\_\_\_\_

### Тест по теме «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. социалингвистика	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 коммуникативные несловесные
--	---

Ответ: \_\_\_\_\_

**Тест по теме «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: \_\_\_\_\_

### **Тест по теме «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

### **Тест по теме «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. Лазерсфельд;
- 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

## Литература и источники для подготовки к практическим занятиям

1. Козырьков, В. П. Социология культуры в цифровом обществе : учебное пособие / В. П. Козырьков, М. В. Придатченко, Н. В. Шалютина. – Санкт-Петербург : Алетейя, 2022. – 378 с. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=686089> (дата обращения: 01.06.2023). – Режим доступа: по подписке. – Текст : электронный.

2. Кастельс, М. Власть коммуникации=Communication Power : учебное пособие / М. Кастельс ; под науч. ред. А. И. Черных ; пер. с англ. Н. М. Тылевич, А. А. Архиповой. – 3-е изд. – Москва : Издательский дом Высшей школы экономики, 2020. – 592 с. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=600848> (дата обращения: 01.06.2023). – Режим доступа: по подписке. – Текст : электронный.

3. Паршукова, Г. Б. Основы теорий коммуникаций : теории и модели коммуникаций : учебное пособие / Г. Б. Паршукова ; Новосибирский государственный технический университет. – Новосибирск : Новосибирский государственный технический университет, 2017. – 71 с. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=576452> (дата обращения: 08.06.2023). – Режим доступа: по подписке. – Текст : электронный.

4. Шпаковская, С. В. Основы теории коммуникации : учебное пособие / С. В. Шпаковская, В. О. Шпаковский. – Пенза : Пензенский государственный университет, 2006. – 83 с. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=39417> (дата обращения: 08.06.2023). – Режим доступа: по подписке. – Текст : электронный.

### Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

1. Сайт Института социологии РАН РФ: <http://www.isras.ru/>

2. Сайт Московского государственного университета: [www.socio.msu.ru](http://www.socio.msu.ru)

3. Сайт Санкт-Петербургского государственного университета: [www.soc.spb.ru](http://www.soc.spb.ru)

4. Сайт Европейского университета в Санкт-Петербурге: [www.eu.spb.ru/socio](http://www.eu.spb.ru/socio)

5. Единое окно доступа к образовательным ресурсам: <http://www.window.edu.ru>

6. Университетская библиотека онлайн: <http://www.biblioclub.ru>

7. Научная электронная библиотека eLibrary.ru: <http://elibrary.ru>
8. Электронно-библиотечная система «Лань»: e.lanbook.com
9. Wiley online library: <http://onlinelibrary.wiley.com>