

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Сахарчук Елена Сергеевна  
Должность: Проректор по образовательной деятельности  
Дата подписания: 06.08.2024 13:02:08  
Уникальный программный ключ:  
d37ecce2a38525810859f295de19f107b21a049a

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
Федеральное государственное бюджетное образовательное  
учреждение инклюзивного высшего образования

**«Российский государственный  
университет социальных технологий»  
(ФГБОУ ИВО «РГУ СоцТех»)**

---

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по образовательной деятельности

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ  
ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

Б1.О.09 Социология журналистики  
наименование дисциплины

42.03.02 «Журналистика»  
шифр и наименование направления подготовки

Интернет-журналистика  
направленность (профиль)

Разработчик: доцент кафедры социологии и медиакоммуникаций  
место работы, занимаемая должность

\_\_\_\_\_ Юдина Е.Н. \_\_\_\_\_ 2024 г  
подпись Ф.И.О. Дата

Фонд оценочных средств рассмотрен и одобрен на заседании кафедры социологии и медиакоммуникаций

на заседании кафедры социологии и медиакоммуникаций  
(протокол № 7 от «19» декабря 2023 г.)

на заседании Учебно-методического совета РГУ СоцТех  
(протокол № 6 от «23» апреля 2024 г.)

СОГЛАСОВАНО:

Начальник управления учебного планирования и контроля  
образовательной деятельности

\_\_\_\_\_ И.Г. Дмитриева  
« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2024 г.

Начальник отдела координации и сопровождения  
образовательных программ

\_\_\_\_\_ С.В. Брусенко  
« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2024 г.

Заведующий библиотекой

\_\_\_\_\_ В.А. Ахтырская  
« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2024 г.

И.о. декана факультета

\_\_\_\_\_ М.Я. Руднева  
« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2024 г.

## Содержание

1. Паспорт фонда оценочных средств.....
2. Перечень оценочных средств.....
3. Описание показателей и критериев оценивания компетенций.....
4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания результатов обучения, характеризующих этапы формирования компетенций.....
5. Материалы для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации.....

## 1. ПАСПОРТ ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

по дисциплине «Социология журналистики»

Оценочные средства составляются в соответствии с рабочей программой дисциплины и представляют собой совокупность контрольно-измерительных материалов ( типовые задачи ( задания), контрольные работы, тесты и др.), предназначенных для измерения уровня достижения обучающимися установленных результатов обучения.

Оценочные средства используются при проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации.

Таблица 1 - Перечень компетенций, формируемых в процессе освоения дисциплины

Код компетенции	Содержание компетенции	Индикаторы достижения компетенции
ОПК-4	Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	ОПК-4.1. Определяет потребности и запросы общества и аудитории в процессе профессиональной деятельности.
		ОПК-4.2. Учитывает запросы и потребности аудитории при создании медиатекстов и медиапродуктов.
		ОПК-4.3. Владеет способами определения целевой аудитории медиапродукта.
ОПК-7	Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	ОПК-7.1. Способен прогнозировать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности.
		ОПК-7.2. Обладает собственной социальной позицией, базирующейся на принципах качественной профессиональной деятельности и социальной ответственности.
		ОПК-7.3. Согласует возможные эффекты и последствия своей профессиональной деятельности с принципами социальной ответственности.

Конечными результатами освоения дисциплины являются сформированные когнитивные дескрипторы «знать», «уметь», «владеть», расписанные по отдельным компетенциям. Формирование дескрипторов происходит в течение всего семестра по этапам в рамках контактной работы, включающей различные виды занятий и самостоятельной работы, с применением различных форм и методов обучения.

## 2. ПЕРЕЧЕНЬ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ<sup>1</sup>

Таблица 2

№	Наименование оценочного средства	Характеристика оценочного средства	Представление оценочного средства в ФОС
1	Устный опрос с элементами дискуссии	Совместная деятельность обучающихся под управлением преподавателя с целью решения учебных и профессионально-ориентированных задач путем ответов в реальной действительности на задаваемые вопросы по изученным ранее и изучаемым темам. Оценочные средства, позволяющие включить обучающихся в процесс обсуждения спорного вопроса, проблемы и оценить их умение аргументировать собственную точку зрения. Позволяет оценивать умение анализировать и решать типичные предметные задачи. Средство контроля усвоения учебного материала темы, раздела или разделов дисциплины, организованное как учебное занятие в виде вопросно-ответной системы.	Вопросы по темам/разделам дисциплины.
2	Творческие задания	Конечный продукт, получаемый в результате самостоятельного выполнения комплекса творческих заданий. Позволяет оценить умения обучающихся самостоятельно конструировать свои знания в процессе решения практических задач и проблем, ориентироваться в информационном пространстве и уровень сформированности аналитических, исследовательских навыков, навыков практического и творческого мышления. Может выполняться в индивидуальном порядке или группой обучающихся.	Творческие задания по дисциплине.
3	Проект (презентация)	Конечный продукт, получаемый в результате планирования и выполнения комплекса учебных и исследовательских заданий. Позволяет оценить умения обучающихся самостоятельно конструировать свои знания в процессе решения практических задач и проблем, ориентироваться в информационном	

<sup>1</sup> Указываются оценочные средства, применяемые в ходе реализации рабочей программы данной дисциплины.

		пространстве и уровень сформированности аналитических, исследовательских навыков, навыков практического и творческого мышления. Может выполняться в индивидуальном порядке или группой обучающихся.	
4	Тесты	Целью является проверка сформированности знаний, умений и навыков по дисциплине. Способ проведения: выбор обучающимся одного или нескольких вариантов ответов на поставленный вопрос или утверждение. Возможно использование тестовых вопросов, предусматривающих ввод обучающимся короткого и однозначного ответа на поставленный вопрос. Обучающимся заранее предлагаются базы подобных вопросов, заданий, которые они прорабатывают на практических занятиях либо самостоятельно.	

## 1. ОПИСАНИЕ ПОКАЗАТЕЛЕЙ И КРИТЕРИЕВ ОЦЕНИВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ

Оценивание результатов обучения по дисциплине «Социология журналистики» осуществляется в соответствии с Положением о текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся.

Предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль (осуществление контроля всех видов аудиторной и внеаудиторной деятельности обучающегося с целью получения первичной информации о ходе усвоения отдельных элементов содержания дисциплины) и промежуточная аттестация (оценивается уровень и качество подготовки по дисциплине в целом).

Показатели и критерии оценивания компетенций, формируемых в процессе освоения данной дисциплины, описаны в табл. 3.

	Уровень освоения компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Вид учебных занятий <sup>2</sup> , работы, формы и методы обучения, способствующие формированию и развитию компетенций <sup>3</sup>	Контролируемые разделы и темы дисциплины <sup>4</sup>	Оценочные средства, используемые для оценки уровня сформированности компетенции <sup>5</sup>	Критерии оценивания результатов обучения
ПК-4	Знает					
	Недостаточный уровень Оценка «не зачтено», «неудовлетворительно»	<i>ПК-4-1</i>	Лекция, творческое задание, проект	Темы 1-8	опрос, творческая работа	Не знает потребности и запросы общества и аудитории в процессе профессиональной деятельности.
	Базовый уровень Оценка, «зачтено», «удовлетворительно»	<i>ПК-4-1</i>	Лекция, творческое задание, проект	Темы 1-8	опрос, творческая работа	В целом знает потребности и запросы общества и аудитории в процессе профессиональной деятельности, но часто допускает ошибки
	Средний уровень Оценка «зачтено», «хорошо»	<i>ПК-4-1</i>	Лекция, творческое задание, проект	Темы 1-8	опрос, творческая работа	В целом знает потребности и запросы общества и аудитории в процессе профессиональной деятельности, но иногда допускает ошибки
	Высокий уровень Оценка «зачтено», «отлично»	<i>ПК-4-1</i>	Лекция, творческое задание, проект	Темы 1-8	опрос, творческая работа	Знает отлично потребности и запросы общества и аудитории в процессе профессиональной деятельности.
	Умеет					
	Недостаточный	<i>ПК-4-2</i>	Лекция,	Темы 1-8	опрос, творческая	Не умеет учитывать запросы и

<sup>2</sup> Лекционные занятия, практические занятия, лабораторные занятия, самостоятельная работа...

<sup>3</sup> Необходимо указать активные и интерактивные методы обучения (например, интерактивная лекция, работа в малых группах, методы мозгового штурма и т.д.), способствующие развитию у обучающихся навыков командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерских качеств.

<sup>4</sup> Наименование темы (раздела) берется из рабочей программы дисциплины.

<sup>5</sup> Оценочное средство должно выбираться с учетом запланированных результатов освоения дисциплины, например:

«Знать» – собеседование, коллоквиум, тест...

«Уметь», «Владеть» – индивидуальный или групповой проект, кейс-задача, деловая (ролевая)

игра, портфолио...

уровень Оценка «не зачтено», «неудовлетворительн о»		творческое задание, проект		работа	потребности аудитории при создании медиатекстов и медиапродуктов.
Базовый уровень Оценка, «зачтено», «удовлетворительно»	<i>ПК4.2</i>	Лекция, творческое задание, проект	Темы 1-8	опрос, творческая работа	В целом умеет учитывать запросы и потребности аудитории при создании медиатекстов и медиапродуктов., но часто допускает ошибки
Средний уровень Оценка «зачтено», «хорошо»	<i>ПК-4-2</i>	Лекция, творческое задание, проект	Темы 1-8	опрос, творческая работа	В целом умеет учитывать запросы и потребности аудитории при создании медиатекстов и медиапродуктов, но иногда испытывает затруднения
Высокий уровень Оценка «зачтено», «отлично»	<i>ПК-4-2</i>	Лекция, творческое задание, проект	Темы 1-8	опрос, творческая работа	Отлично умеет учитывать запросы и потребности аудитории при создании медиатекстов и медиапродуктов,
Владеет					
Недостаточный уровень Оценка «не зачтено», «неудовлетворительн о»	<i>ПК-4-3</i>	Лекция, творческое задание, проект	Темы 1-8	опрос, творческая работа	Не владеет умением определять запросы и потребности аудитории при создании медиатекстов и медиапродуктов.
Базовый уровень Оценка, «зачтено», «удовлетворительно»	<i>ПК4-3</i>	Лекция, творческое задание, проект	Темы 1-8	опрос, творческая работа	В целом владеет навыком при создании медиатекстов и медиапродуктов.но часто испытывает затруднения
Средний уровень	<i>ПК-4-3</i>	Лекция,	Темы 1-8	опрос, творческая	Владеет



	Оценка «зачтено», «хорошо»		творческое задание, проект		работа	навыком при создании медиатекстов и медиапродуктов, но иногда испытывает затруднения
	Высокий уровень Оценка «зачтено», «отлично»	ПК-4-3	Лекция, творческое задание, проект	Темы 1-8	опрос, творческая работа	Владеет отлично навыком при создании медиатекстов и медиапродуктов.
Знает						
ОПК-7	Недостаточный уровень Оценка «незачтено», «неудовлетворительно»	ОПК-7.1-	Лекция, творческое задание, проект	Темы 1-8	опрос, творческая работа	Не знает, либо не умеет способности прогнозировать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности.
	Базовый уровень Оценка, «зачтено», «удовлетворительно»	ОПК-7.1	Лекция, творческое задание, проект	Темы 1-8	опрос, творческая работа	Имеет способности прогнозировать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности. но часто испытывает затруднения
	Средний уровень Оценка «зачтено», «хорошо»	ОПК-7.1-	Лекция, творческое задание, проект	Темы 1-8	опрос, творческая работа	Имеет способности прогнозировать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности. но иногда испытывает затруднения
	Высокий уровень Оценка «зачтено», «отлично»	ОПК-7.1-	Лекция, творческое задание, проект	Темы 1-8	опрос, творческая работа	Имеет отличные способности прогнозировать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности.
Умеет						
ОПК-7	Недостаточный уровень Оценка «не зачтено»,	ОПК-7.2	Лекция, творческое задание, проект	Темы 1-8	опрос, творческая работа	Не обладает собственной социальной позицией, базирующейся на принципах качественной

	«неудовлетворительно»					профессиональной деятельности и социальной ответственности.
	Базовый уровень Оценка «зачтено», «удовлетворительно»	ОПК-7.2	Лекция, творческое задание, проект	Темы 1-8	опрос, творческая работа	В целом обладает собственной социальной позицией, базирующейся на принципах качественной профессиональной деятельности и социальной ответственности, но часто испытывает затруднения
	Средний уровень Оценка «зачтено», «хорошо»	ОПК-7,2	Лекция, творческое задание, проект	Темы 1-8	опрос, творческая работа	В целом обладает собственной социальной позицией, базирующейся на принципах качественной профессиональной деятельности и социальной ответственности, но иногда испытывает затруднения
	Высокий уровень Оценка «зачтено», «отлично»	ОПК-7.2	Лекция, творческое задание, проект	Темы 1-8	опрос, творческая работа	Обладает собственной социальной позицией, базирующейся на принципах качественной профессиональной деятельности и социальной ответственности, и не испытывает затруднения
Владеет						
ОПК-7	Недостаточный уровень Оценка «не зачтено», «неудовлетворительно»	ОПК-7.3	Лекция, творческое задание, проект	Темы 1-8	опрос, творческая работа	Не владеет возможностью согласования возможные эффекты и последствия своей профессиональной деятельности с принципами социальной ответственности.

	Базовый уровень Оценка «зачтено», «удовлетворительно»	ОПК-7.3	Лекция, творческое задание, проект	Темы 1-8	опрос, творческая работа	В целом владеет возможностью согласования возможные эффекты и последствия своей профессиональной деятельности с принципами социальной ответственности, но часто испытывает трудности
	Средний уровень Оценка «зачтено», «хорошо»	ОПК-7.3	Лекция, творческое задание, проект	Темы 1-8	опрос, творческая работа	В целом владеет возможностью согласования возможные эффекты и последствия своей профессиональной деятельности с принципами социальной ответственности, но иногда испытывает трудности
	Высокий уровень Оценка «зачтено», «отлично»					Отлично владеет возможностью согласования возможные эффекты и последствия своей профессиональной деятельности с принципами социальной ответственности.

**4. Методические материалы, определяющие п** *Приведенный перечень оценочных средств при необходимости может быть дополнен.*

## **Процедуры оценивания результатов обучения**

### **Методические указания оценивания подготовки к опросу**

Опрос – ответ/сообщение на вопросы по заданной теме, с целью внести, продемонстрировать знания из дополнительной литературы, систематизировать материал, проиллюстрировать примерами, развивать навыки самостоятельной работы с научной литературой, познавательный интерес к научному познанию.

Работа обучающихся включает отработку умения самостоятельно обобщать материал и делать выводы, умения ориентироваться в материале и отвечать на дополнительные вопросы, отработку навыков ораторства, умения проводить диспут.

Процедура оценивания результатов обучения проходит в рамках занятия по вопросам к темам/разделам дисциплины и с учётом выполненных практических заданий.

### **Методические указания оценивания занятий в интерактивной форме**

Интерактивные формы могут применяться при проведении аудиторных занятий, при самостоятельной работе студентов и других видах учебных занятий.

Для решения образовательных задач могут быть использованы разные интерактивные формы: творческие задания; работа в малых группах; дискуссия; дебаты; круглые столы; обучающие игры (ролевые игры, имитации, деловые игры и образовательные игры); изучение и закрепление нового материала на интерактивной лекции (лекция-беседа, лекция – дискуссия, лекция с разбором конкретных ситуаций, лекция с заранее запланированными ошибками, лекция-пресс-конференция, мини-лекция) если лекции предусмотрены учебным планом, программой; эвристическая беседа; разработка проекта (метод проектов); обсуждение и разрешение проблем («мозговой штурм», «дерево решений», «анализ казусов»); семинар в диалоговом режиме (семинар-диалог); практический анализ результатов и т.д.

Алгоритм проведения интерактивного занятия:

I. Подготовка занятия. Преподаватель производит подбор темы, ситуации, определение дефиниций, подбор конкретной формы интерактивного занятия, которая может быть эффективной для работы с данной темой в данной группе. При разработке интерактивного занятия рекомендуем обратить особое внимание на следующие моменты: участники занятия, выбор темы; перечень необходимых условий; что должно быть при подготовке каждого занятия; раздаточные материалы.

II. Вступление. Сообщение темы и цели занятия: участники знакомятся с предлагаемой ситуацией, с проблемой, над решением которой им предстоит работать, а также с целью, которую им нужно достичь; преподаватель информирует участников о рамочных условиях, правилах работы в группе, дает четкие инструкции о том, в каких пределах участники могут действовать на занятии; добиться однозначного семантического понимания терминов, понятий и т.п. Примерные правила работы в группе: быть активным; уважать мнение участников; быть доброжелательным, пунктуальным, ответственным; не перебивать; быть открытым для взаимодействия, заинтересованным; стремиться найти истину; придерживаться регламента; креативность; уважать правила работы в группе.

III. Основная часть. Особенности основной части определяются выбранной формой интерактивного занятия, и включает в себя: выяснение позиций участников; сегментация аудитории и организация коммуникации между сегментами; интерактивное позиционирование (включает четыре этапа: выяснение набора позиций аудитории, осмысление общего для этих позиций содержания, переосмысление этого содержания и наполнение его новым смыслом, формирование нового набора позиций на основании нового смысла).

IV. Выводы (рефлексия). Рефлексия начинается с концентрации участников на эмоциональном аспекте, чувствах, которые испытывали участники в процессе занятия. Второй этап рефлексивного анализа занятия – оценочный (отношение участников к содержательному аспекту использованных методик, актуальности выбранной темы и др.). Рефлексия заканчивается общими выводами, которые делает педагог.

Примерный перечень вопросов для проведения рефлексии: что произвело на вас наибольшее впечатление? что вам помогало в процессе занятия для выполнения задания, а что мешало? есть ли что-либо, что удивило вас в процессе занятия? чем вы руководствовались в

процессе принятия решения? учитывалось ли при совершении собственных действий мнение участников группы? как вы оцениваете свои действия и действия группы? если бы вы играли в эту игру еще раз, чтобы вы изменили в модели своего поведения?

Процедура оценивания результатов обучения проходит в рамках занятия по вопросам к темам/разделам дисциплины и с учётом выполненных практических заданий и активности при обсуждении вопросов, заданий, упражнений, проблем.

### **Рекомендации по работе с тестами**

Контроль, освоение курса осуществляется путем сдачи студентами письменных тестов. В тестах предусмотрен выбор единственно правильного ответа. Ответ на вопрос данного типа должен быть только один.

Материалы для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации

#### **Темы для круглого стола (дискуссии, полемики, диспута, дебатов)**

1. Анализ телевизионного ток-шоу (по выбору)
2. Новости на телевидении Сравнительный анализ новостей на различных федеральных каналах
3. Аналитические передачи ТВ Обзор аналитических передач на канале «Вести 24»
4. Художественно-развлекательные телевизионные программы
5. Телевидение и массовая культура: ценностный аспект
6. Журналистские профессии на телевидении
7. Интервью с тележурналистом (письменное или видео)
8. Имидж телевизионного ведущего
9. Телевизионная журналистика в оценке аудитории
10. Обзор результатов социологических исследований аудитории ТВ (по материалам сайта ВЦИОМ)

#### **Темы творческих заданий (презентаций, рефератов, докладов, сообщений)**

1. Социожурналистика как уровень культуры и квалификации журналиста.
2. Социологическая журналистика как специфическая форма отражения социальной реальности.
3. Базовая структура роли журналистики в обществе: социальные роли наблюдения, содействия, радикала, сотрудничества.
4. Социальные ценности журналистики: правда, свобода, солидарность, порядок и сплоченность.
5. Социальная ответственность журналиста.
6. Эмпирические исследования аудитории СМИ.
7. Основные направления исследования аудитории в современной социологии журналистики.
8. Практика контент-аналитических исследований российских СМИ.
9. Интерактивные социологические исследования в СМИ.

Контролируемые компетенции:

ОПК-4 Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности

ОПК-7 Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности

#### **Тестовые задания**

**1. Тип взаимодействия между людьми, лежащий в основе человеческой деятельности и предполагающий информационный обмен называется:**

1. Социальная коммуникация
1. Массовая коммуникация
2. Итеракция
3. Общение

**2. Процесс, в ходе которого специфически организованные институты посредством технических средств передают сообщения большой и рассеянной в пространстве аудитории называется:**

1. Массовая коммуникация
2. Социальная коммуникация
3. Интеракция
4. Информация

**3. Англоязычный вариант названия средств массовой информации:**

1. масс-медиа
2. медиасреда
3. медиум
4. медиа система

**4. Аудитория это:**

1. социальная общность, объединенная общими информационными интересами
2. устойчивая социальная общность
3. мобильная социальная общность
4. этническая общность

**5. Все, кто вообще имеет технические возможности принимать и смотреть, слушать ту или иную программу называются**

1. потенциальной аудиторией
2. реальной аудиторией
3. виртуальной аудиторией
4. регулярной аудиторией

**6. Из представленных социально демографических характеристик массовой аудитории исключите лишнее:**

1. объем аудитории
2. пол
3. уровень дохода
4. социальное положение

**7. Показатель, применяемый для определения эффективности деятельности СМИ, называется:**

1. рейтинг
2. оценка
3. актив
4. норматив

**8. Лицо, задающее вопросы, во время сбора социологической информации:**

1. интервьюер
2. реципиент
3. респондент
4. корреспондент

**9. Те, кто смотрел или слушал конкретную программу, называются**

1. реальной аудиторией
2. потенциальной аудиторией
3. виртуальной аудиторией
4. регулярной аудиторией

**10. Объемы аудитории канала СМИ являются показателем:**

1. популярности этого канала
2. влияния этого канала на органы власти
3. стабильности работы этого канала
4. оперативности работы журналистов

**11. Слушатели или телезрители, у которых возникает эпизодический интерес к данной программе, являются**

1. нерегулярной аудиторией
2. эпизодической аудиторией
3. потенциальной аудиторией
4. спонтанной аудиторией

**12. Характеристика массовой аудитории по полу, возрасту, образованию социальному положению и т.п. называется:**

1. социально-демографической
2. социально-психологической
3. психографической
4. социографической

**13. Лицо, отвечающее на задаваемые вопросы:**

1. респондент
2. реципиент
3. корреспондент
4. интервьюер

**14. Быстрое переключение с канала на канал при просмотре телепрограмм называется**

1. зашпинг
2. мониторинг
3. рейтинг
4. шер

**15. Аудиометр это:**

1. прибор, датчик для фиксации принимаемых вещательных программ, применяемый для учета включенных телеприемников через компьютерные сети
2. показатель популярности программы
3. показатель эффективности рекламы
4. показатель объема аудитории

**16. Целевая (адресная) аудитория, это те:**

1. на кого рассчитана данная программа
2. кому нравится данная программа
3. все кто смотрит данную программу
4. кому не нравится данная программа

**17. Определял СМИ как «продолжение физических органов и органов чувств человека»**

1. М.Маклюэн
2. Р.Уильямс.
3. Д. Белл
4. Р.Мертон

**18. В системе индустрии масс-медиа информация становится:**

1. дешевым товаром
2. средством развлечения
3. средством воспитания
4. средством общения

**19. Авторитарную, паттернистскую коммерческую и демократическую модели СМИ предложил:**

1. Р. Уильямс
2. Д. Белл
3. Р.Мертон
4. П.Ларсфельд

**20. Представление о публике было введено в исследования массовой коммуникации на заре их возникновения:**

1. Г. Тардом
2. Э.Дюркгеймом
3. Г.Зиммелем
4. Г.Спенсером

**21. Концепция, которая подчеркивает разрозненность индивидов (атомов), принимающих сообщения СМИ в процессе взаимодействия масс-медиа и аудитории, называется:**

1. концепцией атомизма
2. концепцией индивидуализма
3. концепцией субъективизма
4. символического интеракционизма

**22. Изолированные реципиенты принимающие сообщения СМИ, связанные единством символического контекста, называются:**

1. публикой
2. толпой
3. массой
4. группой

**23. Спонтанно возникающая коллективная общность в результате воздействия сообщений СМИ, не связанная символическим контекстом, называется:**

1. массой
2. публикой
3. толпой
4. группой
5. сообществом

**24. Деление средств масс-медиа на "горячие" и "холодные" предложил:**

1. М. Маклюэн
2. М. Кастельс
3. М. Де Флюэр
4. П. Бурдьё.

**25. Концепцию культуры "реальной виртуальности" разработал:**

1. М. Кастельс
2. М. Маклюэн
3. М. Де Флюэр
4. П. Бурдьё.

**26. Структурно-функциональный анализ СМИ провел:**

1. М. Де Флюэр
2. М. Маклюэн
3. М. Кастельс
4. П. Бурдьё.

**27. Концепцию появления новой реальности, созданной масс-медиа — "гиперреальности" предложил:**

1. Ж. Бодрийяр
2. М. Де Флюэр
3. М. Маклюэн
4. М. Кастельс

**28. Понятие «поле телевидения» разработал**

1. П. Бурдьё
2. Ж. Бодрийяр
3. М. Де Флюэр
4. М. Маклюэн

**29. Разделение мира на «информационных богачей и бедняков» заметил:**

1. Г. Шиллер
2. Ж. Бодрийяр
3. М. Де Флюэр
4. М. Маклюэн

**30. Исчезновение понятие подлинности в отношении новых видов искусства с наступлением эпохи массового тиражирования заметил:**



1. В.Беньямин
  2. Г.Шиллер
  3. Ж.Бодрийяр
  4. М. Маклюэн
31. **Аудитория распределена в течение суток, дней недели и сезонов года:**
1. неравномерно
  2. эпизодически
  3. равномерно
  4. регулярно
32. **Время на телевидении, когда у своих телевизоров собирается наибольшее количество зрителей, называется:**
1. прайм-тайм
  2. время отдыха
  3. время просмотра
  4. особое время
33. **Время на телевидении, когда у своих телевизоров собирается наибольшее количество зрителей, наступает**
1. с 19.00 – 23.00
  2. с 18.00 - 20.00
  3. с 20.00 - 23.00
  4. с 23.00 - 00.00
34. **В радиовещании различные FM-радиостанции, дифференцированных по ментальности и интересам различных групп аудитории появились**
1. В начале 90-х годов;
  2. В начале 80-х годов;
  3. В начале 70-х годов;
  4. В начале 60-х годов.
35. **Наступление эпоха симуляции и симулякров провозгласил:**
1. Ж.Бодрийяр
  2. М. Де Флюэр
  3. М. Маклюэн
  4. М. Кастельс
36. **За «банализацию» информационного потока телевидение критиковал:**
1. П. Бурдые
  2. Ж. Бодрийяр
  3. М. Де Флюэр
  4. М. Маклюэн
37. **Теорию о двухступенчатого потока информации предложил:**
1. П. Лазарсфельд
  2. В. Беньямин
  3. Г. Шиллер
  4. М. Маклюэн
38. **Интернет в структуре масс-медиа занимает:**
1. ключевые позиции
  2. второстепенные позиции
  3. средние позиции
  4. неизменные позиции
39. **Коммерческое радиовещание и телевидение основное внимание уделяет**
1. сфере отдыха и развлечений
  2. оперативному информированию
  3. просвещению зрителей
  4. нравственному и культурному развитию
40. **Первые исследование общественного мнения в советский период развития общества начал проводить**

1. Б. Грушин
2. П. Сорокин
3. В. Ядов
4. Р. Медведев

**41. В первую очередь влияет на выбор источника информации:**

1. структура интересов личности
2. этническая принадлежность
3. гендерные различия
4. возрастные особенности

**42. СМИ как источник социологической пропаганды рассмотрел:**

1. Ж. Элюль
2. В. Беньямин
3. Г. Шиллер
4. М. Маклюэн

**43. Первым примером аудиометрических измерений стал:**

1. рейтинг Нельсона
2. рейтинг Рейгана
3. рейтинг Киселева
3. рейтинг точный

**44. Самым сильным импульсом, направляющим зрителя немедленно к экрану телевизора является сообщение:**

1. о реальной угрозе жизни человека
2. об интересных людях
3. о погоде
4. о политике

**45. Индивидуальное отношение к объекту, определяемому как ценность в данной социальной общности, и психологическое переживание отношения к значимому объекту называется:**

1. социальной установкой
2. стереотипом
3. психологической установкой
4. доминантой

**46. Стандартизированный устойчивый, эмоционально насыщенный ценностно-определенный образ, представление о социальном объекте называется:**

1. стереотипом
2. психологической установкой
3. доминантой
4. социальной установкой

**47. Изменение социальной установки может происходить под влиянием убеждения, массовой пропаганды, членства в новой социальной группе, а также благодаря:**

1. глубокому знакомству с объектом установки
2. оперативному информированию
3. смене впечатлений
4. нравственному и культурному развитию

**48. Понятия «социальная установка» и «стереотип» являются:**

1. близкими, но различными
2. синонимами
3. антонимами
4. взаимоисключающими

**49. Навязывание оценочных критериев и референтной системы взглядов называется**

1. пропагандой
2. доминантой
3. социальной установкой
4. стереотипом

**50. "Социологическая пропаганда" для усвоения пропагандируемых идей формирует:**

1. социальные установки
2. доминаты
3. ложные мнения
4. иллюзии

**51. Суть теории двухступенчатого потока информации состоит в том, что сообщения СМИ сначала воспринимаются:**

1. лидерами общественного мнения
2. политиками
3. журналистами
4. учеными

**52. Структура социальной установки включает в себя осознание, оценку, а также:**

1. готовность действовать
2. стереотипы
3. доминанты
4. иллюзии

**53. Субъектам пропаганды не может выступать**

1. аудитория
2. правительство
3. политические партии
4. общественные организации

**54. Лидеры мнений отличаются от других потребителей сообщений СМИ прежде всего тем, что они:**

1. хорошо информированы
2. имеют высокий социальный статус
3. широко известны
4. хорошо обеспечены

**55. Состояние массового сознания, заключающее в себе отношение (скрытое или явное) к общественным событиям, к деятельности различных групп, организаций, отдельных личностей, называется:**

1. общественное мнение
2. общественное настроение
3. общественное заблуждение
4. социологической пропагандой

**56. П. Лазарфельд считал, что на восприятие информации лидеры мнений:**

1. оказывают сильное влияние
2. не оказывают никакого влияния
3. влияют позитивно
4. влияют негативно



