

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Богдалова Елена Владимировна

Должность: Проректор по образовательной деятельности

Дата подписания: 04.09.2025 10:04:36

Уникальный программный ключ:

ec85dd5a839619d48ea76b2d23dba88a9c82091a

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 Медиасоциология
наименование дисциплины

42.03.02 Журналистика
шифр и наименование направления подготовки

Медиа журналистика
направленность (профиль)

Москва 2025

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 «Медиа социология»

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 СРЕДСТВ¹

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	

¹ 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 «Медиа социология» 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 ² , работы, формы и методы обучения, способствующие формированию и развитию компетенций ³	Контролируемые разделы и темы дисциплины ⁴	Оценочные средства, используемые для оценки уровня сформированности компетенции ⁵	Критерии оценивания результатов обучения
ОПК-4	Знает					
	Недостаточный уровень Оценка «не зачтено», «неудовлетворительно»	ОПК-4-1	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»	ОПК-4-1	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»	ОПК-4-1	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»	ОПК-4-1	Лекция, творческое задание, проект	Темы 1-8	опрос, творческая работа	Знает отлично потребности и запросы общества и аудитории в процессе профессиональной деятельности.
	Умеет					
	Недостаточный	ОПК-4-2	Лекция,	Темы 1-8	опрос, творческая	Не умеет учитывать запросы и

² Лекционные занятия, практические занятия, лабораторные занятия, самостоятельная работа...

³ 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.

⁴ Наименование темы (раздела) берется из рабочей программы дисциплины.

⁵ 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»	ОПК-4-2	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»	ОПК-4-2	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»	ОПК-4-2	Лекция, творческое задание, проект	Темы 1-8	опрос, творческая работа	Отлично умеет учитывать запросы и потребности аудитории при создании медиатекстов и медиапродуктов,
Знает						
ОПК-7	Недостаточный уровень Оценка «незачтено», «неудовлетв орительно	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», «удовлетвор ительно»	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»,	ОПК-7.1-	Лекция, творческое	Темы 1-8	опрос, творческая работа	Имеет способности прогнозировать эффекты и

	«хорошо»		задание, проект			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», «неудовлетворительн о»	ОПК-7.2	Лекция, творческое задание, проект	Темы 1-8	опрос, творческая работа	Не обладает собственной социальной позицией, базирующейся на принципах качественной 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 возможных 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 возможных 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 возможных эффекты и последствия своей профессиональной деятельности с принципами социальной ответственности, но иногда испытывает трудности
	Высокий уровень Оценка «зачтено», «отлично»					Отлично владеет возможностью согласования возможных 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)

11. Медиажурналистика 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-4 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
2. Массовая коммуникация
3. Итеракция

4. 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. социогграфическо

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. заппинг
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 публице 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. Бурдье
 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. Лазарсфельд считал, что на восприятие информации лидеры мнений:

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

ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ

[illegible]

