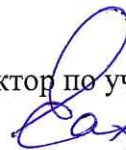


ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ
ИНКЛЮЗИВНОГО ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ГУМАНИТАРНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ»

КАФЕДРА СОЦИОЛОГИИ И ФИЛОСОФИИ

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебно-методической работе



Е.С. Сахарчук

«27» апреля 2022 г.

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

МЕДИАСОЦИОЛОГИЯ

образовательная программа направления подготовки
39.03.01 Социология

Направленность (профиль)

Социология социальной сферы

Москва 2022

Разработчик: МГГЭУ, доцент кафедры социологии и философии

Б Подпись Босов Д.В. «25» 04 2022 г.
ф.И.О. Дата

Фонд оценочных средств рассмотрен и одобрен на заседании кафедры социологии и философии
(протокол № 9-а от « 25 » апреля 2022 г.)

на заседании Учебно-методического совета МГГЭУ
(протокол № 7 от « 27 » апреля 2022 г.)

СОГЛАСОВАНО:

Представитель работодателя
или объединения работодателей

П /Пинчук О.В./
Консультант-аналитик ООО
«Универсальные Маркетинговые
Проекты»
«25» апреля 2022 г.

Начальник учебно-методического управления
И.Г. Дмитриева
«27» апреля 2022 г.

Начальник методического отдела
Д.Е. Гапеенок
«27» апреля 2022 г.

Декан факультета
С.Н. Лещинская
«27» апреля 2022 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 «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	Наименование результата обучения
УК-6	Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни
ПК-2	Способен самостоятельно формулировать цели, ставить конкретные задачи научных исследований в различных областях социологии и решать их с помощью современных исследовательских методов с использованием новейшего отечественного и зарубежного опыта и с применением современной аппаратуры, оборудования, информационных технологий

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 (табл. 2).

2. ПЕРЕЧЕНЬ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ¹

Таблица 3

№	Наименование оценочного средства	Характеристика оценочного средства	Представление оценочного средства в ФОС
1	Круглый стол (дискуссия, полемика, диспут, дебаты, опрос)	Оценочные средства, позволяющие включить обучающихся в процесс обсуждения спорного вопроса, проблемы и оценить их умение аргументировать собственную точку зрения.	Перечень дискуссионных тем для проведения круглого стола, дискуссии, полемики, диспута, опрос
2	Реферат	Средство, позволяющее оценить способность обучающегося исследовать поставленную научную проблему на основе изучения рекомендуемой литературы (монографий, научных статей, архивных материалов и других источников), делать научно-практические выводы по определенному разделу (теме) учебной дисциплины и излагать свои мысли на бумаге. Реферат имеет самостоятельное научно-прикладное значение и является одной из форм рубежного или итогового контроля знаний. Высокой оценки заслуживает тот реферат, в котором изложение материала носит проблемно-полемический характер, показывает различные точки зрения на освещаемую проблему, отражает собственные взгляды и комментарии автора, что демонстрирует глубокие знания исследуемой проблемы	Темы рефератов

¹ Указываются оценочные средства, применяемые в ходе реализации рабочей программы данной дисциплины.

№	Наименование оценочного средства	Характеристика оценочного средства	Представление оценочного средства в ФОС
3	Дискуссия	Совместная деятельность группы обучающихся и преподавателя под управлением преподавателя с целью решения учебных и профессионально-ориентированных задач путем игрового моделирования реальной проблемной ситуации. Позволяет оценивать умение анализировать и решать типичные профессиональные задачи.	Тематика для дискуссии
4	Эссе	Средство, позволяющее оценить умение обучающегося письменно излагать суть поставленной проблемы, самостоятельно проводить анализ этой проблемы с использованием концепций и аналитического инструментария соответствующей дисциплины, делать выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.	Темы эссе
5	Тест	Средство, позволяющее оценить уровень знаний обучающегося путем выбора им одного из нескольких вариантов ответов на поставленный вопрос. Возможно использование тестовых вопросов, предусматривающих ввод обучающимся короткого и однозначного ответа на поставленный вопрос.	Тестовые задания

Приведенный перечень оценочных средств при необходимости может быть дополнен.

3. ОПИСАНИЕ ПОКАЗАТЕЛЕЙ И КРИТЕРИЕВ ОЦЕНИВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ

Оценивание результатов обучения по дисциплине **История социологии** 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.
Таблица 3.

Код компетенции	Уровень освоения компетенций	Индикаторы достижения компетенций	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 компетенций ⁵	Критерии оценивания результатов обучения
УК-6 Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на		Знает				
	Недостаточный уровень	Как оценивать свои ресурсы и их пределы (личностные, ситуативные, временные) для	Лекции(проблемные и интерактивные), практические занятия (опрос с элементами	Раздел 1-5. Становление медиасоциологии и ее базовые понятия. Социологическое	Реферат Дискуссия Тест	Не знает как оценивать свои ресурсы и их пределы (личностные, ситуативные,

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...

основе принципов образования в течение всей жизни		успешного выполнения порученного задания.	беседы, диспуты), самостоятельная работа (подготовка сообщений, презентаций	изучение когнитивных аспектов медиасоциологии и. Массовая медиакультура: особенности функционирования и угрозы. Аудитории и условия их функционирования в рамках массовой медиакультуры. Методы профилактики и преодоления негативизации массовой медиакультуры. Методы исследования медиасоциологии и.		временные) для успешного выполнения порученного задания.
	Базовый уровень	Как оценивать свои ресурсы и их пределы (личностные, ситуативные, временные) для	Лекции(проблемные и интерактивные), практические занятия (опрос с элементами	Раздел 1-5. Становление медиасоциологии и ее базовые понятия. Социологическое	Реферат Дискуссия Эссе Тест	Знает, но с ошибками как оценивать свои ресурсы и их пределы (личностные, ситуативные,

		успешного выполнения порученного задания.	беседы, диспуты), самостоятельная работа (подготовка сообщений, презентаций	изучение когнитивных аспектов медиасоциологии и. Массовая медиакультура: особенности функционирования и угрозы. Аудитории и условия их функционирования в рамках массовой медиакультуры. Методы профилактики и преодоления негативизации массовой медиакультуры. Методы исследования медиасоциологии и.		временные) для успешного выполнения порученного задания.
Средний уровень	Как оценивать свои ресурсы и их пределы (личностные, ситуативные, временные) для успешного	Лекции(проблемные и интерактивные), практические занятия (опрос с элементами беседы, диспуты),	Раздел 1-5. Становление медиасоциологии и ее базовые понятия. Социологическое изучение	Круглый стол (дискуссия, полемика, диспут, дебаты, опрос) Реферат Дискуссия	Хорошо знает как оценивать свои ресурсы и их пределы (личностные, ситуативные, временные) для	

		выполнения порученного задания.	самостоятельная работа (подготовка сообщений, презентаций)	когнитивных аспектов медиасоциологии и. Массовая медиакультура: особенности функционирования и угрозы. Аудитории и условия их функционирования в рамках массовой медиакультуры. Методы профилактики и преодоления негативизации массовой медиакультуры. Методы исследования медиасоциологии и.	Эссе Тест	успешного выполнения порученного задания.
	Высокий уровень	Как оценивать свои ресурсы и их пределы (личностные, ситуативные, временные) для успешного выполнения	Лекции(проблемные и интерактивные), практические занятия (опрос с элементами беседы, диспуты), самостоятельная	Раздел 1-5. Становление медиасоциологии и ее базовые понятия. Социологическое изучение когнитивных	Круглый стол (дискуссия, полемика, диспут, дебаты, опрос) Реферат Дискуссия Эссе	Очень хорошо знает как оценивать свои ресурсы и их пределы (личностные, ситуативные, временные) для успешного

		порученного задания.	работа (подготовка сообщений, презентаций	аспектов медиасоциологии. Массовая медиакультура: особенности функционирования и угрозы. Аудитории и условия их функционирования в рамках массовой медиакультуры. Методы профилактики и преодоления негативизации массовой медиакультуры. Методы исследования медиасоциологии.	Тест	выполнения порученного задания.
		Знает				
Недостаточный уровень	Как определять образовательные потребности и способы совершенствования собственной (в т.ч. профессиональной) деятельности на	Лекции(проблемные и интерактивные), практические занятия (опрос с элементами беседы, диспуты), самостоятельная	Раздел 1-5. Становление медиасоциологии и ее базовые понятия. Социологическое изучение когнитивных			Не знает как определять образовательные потребности и способы совершенствования собственной (в т.ч. профессиональной)

		основе самооценки	работа (подготовка сообщений, презентаций)	аспектов медиасоциологии и. Массовая медиакультура: особенности функционирования и угрозы. Аудитории и условия их функционирования в рамках массовой медиакультуры. Методы профилактики и преодоления негативизации массовой медиакультуры. Методы исследования медиасоциологии и.		деятельности на основе самооценки
	Базовый уровень	Как определять образовательные потребности и способы совершенствования собственной (в т.ч. профессиональной) деятельности на основе самооценки	Лекции(проблемные и интерактивные), практические занятия (опрос с элементами беседы, диспуты), самостоятельная работа	Раздел 1-5. Становление медиасоциологии и ее базовые понятия. Социологическое изучение когнитивных аспектов		Знает, но с ошибками как определять образовательные потребности и способы совершенствования собственной (в т.ч. профессиональной) деятельности на

			(подготовка сообщений, презентаций	медиа социологии и. Массовая медиакultura: особенности функционирования и угрозы. Аудитории и условия их функционирования в рамках массовой медиакultura. Методы профилактики и преодоления негативизации массовой медиакultura. Методы исследования медиа социологии и.		основе самооценки
	Средний уровень	Как определять образовательные потребности и способы совершенствования собственной (в т.ч. профессиональной) деятельности на основе самооценки	Лекции(проблемные и интерактивные), практические занятия (опрос с элементами беседы, диспуты), самостоятельная работа (подготовка	Раздел 1-5. Становление медиа социологии и ее базовые понятия. Социологическое изучение когнитивных аспектов медиа социологии		Хорошо знает как определять образовательные потребности и способы совершенствования собственной (в т.ч. профессиональной) деятельности на основе самооценки

			сообщений, презентаций	и. Массовая медиакультура: особенности функционирования и угрозы. Аудитории и условия их функционирования в рамках массовой медиакультуры. Методы профилактики и преодоления негативизации массовой медиакультуры. Методы исследования медиасоциологии и.		
Высокий уровень	Как определять образовательные потребности и способы совершенствования собственной (в т.ч. профессиональной) деятельности на основе самооценки	Лекции(проблемные и интерактивные), практические занятия (опрос с элементами беседы, диспуты), самостоятельная работа (подготовка сообщений,	Раздел 1-5. Становление медиасоциологии и ее базовые понятия. Социологическое изучение когнитивных аспектов медиасоциологии и.	Очень хорошо знает как определять образовательные потребности и способы совершенствования собственной (в т.ч. профессиональной) деятельности на основе самооценки		

			презентаций	Массовая медиакультура: особенности функционирования и угрозы. Аудитории и условия их функционирования в рамках массовой медиакультуры. Методы профилактики и преодоления негативизации массовой медиакультуры. Методы исследования медиасоциологии.		
		Умеет				
Недостаточный уровень	Выбирать и реализовать с использованием инструментов непрерывного образования возможности развития профессиональных компетенций и социальных навыков	практические занятия, самостоятельная работа	Раздел 1-5. Становление медиасоциологии и ее базовые понятия. Социологическое изучение когнитивных аспектов медиасоциологии.	Реферат Дискуссия Тест	Не умеет выбирать и реализовать с использованием инструментов непрерывного образования возможности развития профессиональных компетенций и социальных навыков	

				<p>Массовая медиакультура: особенности функционирования и угрозы. Аудитории и условия их функционирования в рамках массовой медиакультуры. Методы профилактики и преодоления негативизации массовой медиакультуры. Методы исследования медиасоциологии.</p>		
Базовый уровень	<p>Выбирать и реализовать с использованием инструментов непрерывного образования возможности развития профессиональных компетенций и социальных навыков</p>	<p>практические занятия, самостоятельная работа</p>	<p>Раздел 1-5. Становление медиасоциологии и ее базовые понятия. Социологическое изучение когнитивных аспектов медиасоциологии. Массовая</p>	<p>Реферат Дискуссия Эссе Тест</p>	<p>Умеет, но с ошибками выбирать и реализовать с использованием инструментов непрерывного образования возможности развития профессиональных компетенций и социальных навыков</p>	

				<p>медиакультура: особенности функционирования и угрозы. Аудитории и условия их функционирования в рамках массовой медиакультуры. Методы профилактики и преодоления негативизации массовой медиакультуры. Методы исследования медиасоциологии.</p>		
Средний уровень	<p>Выбирать и реализовать с использованием инструментов непрерывного образования возможности развития профессиональных компетенций и социальных навыков</p>	<p>практические занятия, самостоятельная работа</p>	<p>Раздел 1-5. Становление медиасоциологии и ее базовые понятия. Социологическое изучение когнитивных аспектов медиасоциологии. Массовая медиакультура:</p>	<p>Круглый стол (дискуссия, полемика, диспут, дебаты, опрос) Реферат Дискуссия Эссе Тест</p>	<p>Хорошо умеет выбирать и реализовать с использованием инструментов непрерывного образования возможности развития профессиональных компетенций и социальных навыков</p>	

				особенности функционирования и угрозы. Аудитории и условия их функционирования в рамках массовой медиакультуры. Методы профилактики и преодоления негативизации массовой медиакультуры. Методы исследования медиасоциологии.		
Высокий уровень	Выбирать и реализовать с использованием инструментов непрерывного образования возможности развития профессиональных компетенций и социальных навыков	практические занятия, самостоятельная работа	Раздел 1-5. Становление медиасоциологии и ее базовые понятия. Социологическое изучение когнитивных аспектов медиасоциологии. Массовая медиакультура: особенности	Круглый стол (дискуссия, полемика, диспут, дебаты, опрос) Реферат Дискуссия Эссе Тест	Блестяще умеет выбирать и реализовать с использованием инструментов непрерывного образования возможности развития профессиональных компетенций и социальных навыков	

				<p>функционирования и угрозы. Аудитории и условия их функционирования в рамках массовой медиакультуры. Методы профилактики и преодоления негативизации массовой медиакультуры. Методы исследования медиасоциологии.</p>		
		Владеет				
	Недостаточный уровень	<p>Навыками выстраивания гибкой профессиональной траектории, с учетом накопленного опыта профессиональной деятельности, динамично</p>	<p>практические занятия, самостоятельная работа</p>	<p>Раздел 1-5. Становление медиасоциологии и ее базовые понятия. Социологическое изучение когнитивных аспектов медиасоциологии. Массовая медиакультура: особенности</p>	<p>Реферат Дискуссия Тест</p>	<p>Не владеет навыками выстраивания гибкой профессиональной траектории, с учетом накопленного опыта профессиональной деятельности, динамично</p>

				<p>функционирования и угрозы. Аудитории и условия их функционирования в рамках массовой медиакультуры. Методы профилактики и преодоления негативизации массовой медиакультуры. Методы исследования медиасоциологии.</p>		
	Базовый уровень	<p>Навыками выстраивания гибкой профессиональной траектории, с учетом накопленного опыта профессиональной деятельности, динамично</p>	<p>практические занятия, самостоятельная работа</p>	<p>Раздел 1-5. Становление медиасоциологии и ее базовые понятия. Социологическое изучение когнитивных аспектов медиасоциологии. Массовая медиакультура: особенности функционирования</p>	<p>Реферат Дискуссия Эссе Тест</p>	<p>Владеет, но с ошибками навыками выстраивания гибкой профессиональной траектории, с учетом накопленного опыта профессиональной деятельности, динамично</p>

				ия и угрозы. Аудитории и условия их функционирования в рамках массовой медиакультуры. Методы профилактики и преодоления негативизации массовой медиакультуры. Методы исследования медиасоциологии.		
	Средний уровень	Навыками выстраивания гибкой профессиональной траектории, с учетом накопленного опыта профессиональной деятельности, динамично	практические занятия, самостоятельная работа	Раздел 1-5. Становление медиасоциологии и ее базовые понятия. Социологическое изучение когнитивных аспектов медиасоциологии. Массовая медиакультура: особенности функционирования и угрозы.	Круглый стол (дискуссия, полемика, диспут, дебаты, опрос) Реферат Дискуссия Эссе Тест	Хорошо владеет навыками выстраивания гибкой профессиональной траектории, с учетом накопленного опыта профессиональной деятельности, динамично

				Аудитории и условия их функционирования в рамках массовой медиакультуры. Методы профилактики и преодоления негативизации массовой медиакультуры. Методы исследования медиасоциологии.		
	Высокий уровень	Навыками выстраивания гибкой профессиональной траектории, с учетом накопленного опыта профессиональной деятельности, динамично	практические занятия, самостоятельная работа	Раздел 1-5. Становление медиасоциологии и ее базовые понятия. Социологическое изучение когнитивных аспектов медиасоциологии и. Массовая медиакультура: особенности функционирования и угрозы. Аудитории и	Круглый стол (дискуссия, полемика, диспут, дебаты, опрос) Реферат Дискуссия Эссе Тест	Отлично владеет навыками выстраивания гибкой профессиональной траектории, с учетом накопленного опыта профессиональной деятельности, динамично

				условия их функционирования в рамках массовой медиакультуры. Методы профилактики и преодоления негативизации массовой медиакультуры. Методы исследования медиасоциологии.		
ПК-2 Способен самостоятельно формулировать цели, ставить конкретные задачи научных исследований в различных областях социологии и решать их с помощью современных исследовательских методов с использованием новейшего отечественного	Недостаточный уровень	Знает Как оценивать актуальные социальные проблемы, связанные с медиатизацией современного общества	Лекции(проблемные и интерактивные), практические занятия (опрос с элементами беседы, диспуты), самостоятельная работа (подготовка сообщений, презентаций)	Раздел 1-5. Становление медиасоциологии и ее базовые понятия. Социологическое изучение когнитивных аспектов медиасоциологии. Массовая медиакультура: особенности функционирования и угрозы. Аудитории и	Реферат Дискуссия Тест	Не знает как оценивать актуальные социальные проблемы, связанные с медиатизацией современного общества

и зарубежного опыта и с применением современной аппаратуры, оборудования, информационных технологий				условия их функционирования в рамках массовой медиакультуры. Методы профилактики и преодоления негативизации массовой медиакультуры. Методы исследования медиасоциологии.		
	Базовый уровень	Как оценивать актуальные социальные проблемы, связанные с медиатизацией современного общества	Лекции(проблемные и интерактивные), практические занятия (опрос с элементами беседы, диспуты), самостоятельная работа (подготовка сообщений, презентаций)	Раздел 1-5. Становление медиасоциологии и ее базовые понятия. Социологическое изучение когнитивных аспектов медиасоциологии. Массовая медиакультура: особенности функционирования и угрозы. Аудитории и условия их	Реферат Дискуссия Эссе Тест	Знает, но с ошибками как оценивать актуальные социальные проблемы, связанные с медиатизацией современного общества

				<p>функционирован ия в рамках массовой медиакультуры. Методы профилактики и преодоления негативизации массовой медиакультуры. Методы исследования медиасоциологи и.</p>		
	Средний уровень	Как оценивать актуальные социальные проблемы, связанные с медиатизацией современного общества	Лекции(проблемн ые и интерактивные), практические занятия (опрос с элементами беседы, диспуты), самостоятельная работа (подготовка сообщений, презентаций	<p>Раздел 1-5. Становление медиасоциологи и и ее базовые понятия. Социологическое изучение когнитивных аспектов медиасоциологи и. Массовая медиакультура: особенности функционирован ия и угрозы. Аудитории и условия их функционирован</p>	Круглый стол (дискуссия, полемика, диспут, дебаты, опрос) Реферат Дискуссия Эссе Тест	Хорошо знает как оценивать актуальные социальные проблемы, связанные с медиатизацией современного общества

				ия в рамках массовой медиакультуры. Методы профилактики и преодоления негативизации массовой медиакультуры. Методы исследования медиасоциологи и.		
Высокий уровень	Как оценивать актуальные социальные проблемы, связанные с медиатизацией современного общества	Лекции(проблемные и интерактивные), практические занятия (опрос с элементами беседы, диспуты), самостоятельная работа (подготовка сообщений, презентаций	Раздел 1-5. Становление медиасоциологии и ее базовые понятия. Социологическое изучение когнитивных аспектов медиасоциологии и. Массовая медиакультура: особенности функционирования и угрозы. Аудитории и условия их функционирования в рамках	Круглый стол (дискуссия, полемика, диспут, дебаты, опрос) Реферат Дискуссия Эссе Тест	Очень хорошо знает как оценивать актуальные социальные проблемы, связанные с медиатизацией современного общества	

				массовой медиакультуры. Методы профилактики и преодоления негативизации массовой медиакультуры. Методы исследования медиасоциологи и.		
		Умеет				
Недостаточный уровень	Осуществлять сбор социологической информации в области медиасоциологического знания, используя базы данных	практические занятия, самостоятельная работа	Раздел 1-5. Становление медиасоциологии и ее базовые понятия. Социологическое изучение когнитивных аспектов медиасоциологии. Массовая медиакультура: особенности функционирования и угрозы. Аудитории и условия их функционирования в рамках	Реферат Дискуссия Тест	Не умеет осуществлять сбор социологической информации в области медиасоциологического знания, используя базы данных	

				<p>массовой медиакультуры. Методы профилактики и преодоления негативизации массовой медиакультуры. Методы исследования медиасоциологии.</p>		
	Базовый уровень	<p>Осуществлять сбор социологического информации в области медиасоциологического знания, используя базы данных</p>	<p>практические занятия, самостоятельная работа</p>	<p>Раздел 1-5. Становление медиасоциологии и ее базовые понятия. Социологическое изучение когнитивных аспектов медиасоциологии. Массовая медиакультура: особенности функционирования и угрозы. Аудитории и условия их функционирования в рамках массовой</p>	<p>Реферат Дискуссия Эссе Тест</p>	<p>Умеет, но с ошибками осуществлять сбор социологического информации в области медиасоциологического знания, используя базы данных</p>

				<p>медиакультуры. Методы профилактики и преодоления негативизации массовой медиакультуры. Методы исследования медиасоциологии.</p>		
	Средний уровень	<p>Осуществлять сбор социологической информации в области медиасоциологического знания, используя базы данных</p>	<p>практические занятия, самостоятельная работа</p>	<p>Раздел 1-5. Становление медиасоциологии и ее базовые понятия. Социологическое изучение когнитивных аспектов медиасоциологии. Массовая медиакультура: особенности функционирования и угрозы. Аудитории и условия их функционирования в рамках массовой медиакультуры.</p>	<p>Круглый стол (дискуссия, полемика, диспут, дебаты, опрос) Реферат Дискуссия Эссе Тест</p>	<p>Хорошо умеет осуществлять сбор социологической информации в области медиасоциологического знания, используя базы данных</p>

				Методы профилактики и преодоления негативизации массовой медиакультуры. Методы исследования медиасоциологии.		
	Высокий уровень	Осуществлять сбор социологического информации в области медиасоциологического знания, используя базы данных	практические занятия, самостоятельная работа	Раздел 1-5. Становление медиасоциологии и ее базовые понятия. Социологическое изучение когнитивных аспектов медиасоциологии. Массовая медиакультура: особенности функционирования и угрозы. Аудитории и условия их функционирования в рамках массовой медиакультуры. Методы	Круглый стол (дискуссия, полемика, диспут, дебаты, опрос) Реферат Дискуссия Эссе Тест	Блестяще умеет осуществлять сбор социологического информации в области медиасоциологического знания, используя базы данных

				профилактики и преодоления негативизации массовой медиакультуры. Методы исследования медиасоциологии.		
		Владеет				
Недостаточный уровень	Навыками объяснения данных комплексных исследований, другой эмпирической информации с использованием объяснительных возможностей подходов и методов медиасоциологии	практические занятия, самостоятельная работа	Раздел 1-5. Становление медиасоциологии и ее базовые понятия. Социологическое изучение когнитивных аспектов медиасоциологии и. Массовая медиакультура: особенности функционирования и угрозы. Аудитории и условия их функционирования в рамках массовой медиакультуры. Методы	Реферат Дискуссия Тест	Не владеет навыками объяснения данных комплексных исследований, другой эмпирической информации с использованием объяснительных возможностей подходов и методов медиасоциологии	

				профилактики и преодоления негативизации массовой медиакультуры. Методы исследования медиасоциологии и.		
	Базовый уровень	Навыками объяснения данных комплексных исследований, другой эмпирической информации с использованием объяснительных возможностей подходов и методов медиасоциологии	практические занятия, самостоятельная работа	Раздел 1-5. Становление медиасоциологии и ее базовые понятия. Социологическое изучение когнитивных аспектов медиасоциологии и. Массовая медиакультура: особенности функционирования и угрозы. Аудитории и условия их функционирования в рамках массовой медиакультуры. Методы профилактики и	Реферат Дискуссия Эссе Тест	Владеет, но с ошибками навыками объяснения данных комплексных исследований, другой эмпирической информации с использованием объяснительных возможностей подходов и методов медиасоциологии

				преодоления негативизации массовой медиакультуры. Методы исследования медиасоциологии.		
	Средний уровень	Навыками объяснения данных комплексных исследований, другой эмпирической информации с использованием объяснительных возможностей подходов и методов медиасоциологии	практические занятия, самостоятельная работа	Раздел 1-5. Становление медиасоциологии и ее базовые понятия. Социологическое изучение когнитивных аспектов медиасоциологии и. Массовая медиакультура: особенности функционирования и угрозы. Аудитории и условия их функционирования в рамках массовой медиакультуры. Методы профилактики и преодоления	Круглый стол (дискуссия, полемика, диспут, дебаты, опрос) Реферат Дискуссия Эссе Тест	Хорошо владеет навыками объяснения данных комплексных исследований, другой эмпирической информации с использованием объяснительных возможностей подходов и методов медиасоциологии

				негативизации массовой медиакультуры. Методы исследования медиасоциологии.		
	Высокий уровень	Навыками объяснения данных комплексных исследований, другой эмпирической информации с использованием объяснительных возможностей подходов и методов медиасоциологии	практические занятия, самостоятельная работа	Раздел 1-5. Становление медиасоциологии и ее базовые понятия. Социологическое изучение когнитивных аспектов медиасоциологии и. Массовая медиакультура: особенности функционирования и угрозы. Аудитории и условия их функционирования в рамках массовой медиакультуры. Методы профилактики и преодоления негативизации	Круглый стол (дискуссия, полемика, диспут, дебаты, опрос) Реферат Дискуссия Эссе Тест	Отлично владеет навыками объяснения данных комплексных исследований, другой эмпирической информации с использованием объяснительных возможностей подходов и методов медиасоциологии

				массовой медиакультуры. Методы исследования медиасоциологи и.		
--	--	--	--	--	--	--

4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания результатов обучения

По видам заданий приводится описание того, каким образом необходимо выполнить данное задание, способы и механизмы его выполнения, выбор номера варианта и др.

При изучении дисциплины «Медиасоциология» необходим системный подход. Содержание дисциплины представлено как совокупность взаимосвязанных между собой учебных тем. Поэтому осваивать учебный материал необходимо постепенно.

В процессе самостоятельного изучения учебного материала необходимо учитывать нижеследующие методические рекомендации по изучению отдельных тем программы.

Рекомендации по конспектированию

Чтение учебной и научной литературы должно сопровождаться краткими записями содержания. Они помогают выделить основные положения изучаемой книги.

Ведение записей поможет студенту быстро повторить прочитанное.

Большое значение имеет совершенствование навыков конспектирования (это краткое письменное изложение содержания книги, лекции сопровождающееся фактами и примерами).

Рекомендации по конспектированию текста:

- внимательно прочитать текст, отмечая непонятные места, новые имена и даты;
- на полях выписать понятия, навести справку о лицах, которые неизвестны, о событиях, упоминаемых в тексте;
- необходимо составить план – перечень основных мыслей автора. Затем отметить, как автор доказывает основные мысли своей работы;
- на заключительном этапе конспектирования нужно перечитать ранее отмеченные места.

Текст автора лучше выражать своими словами и записывать его на одной стороне листа, оставляя небольшие поля для исправления.

Рекомендации по работе с тестовой системой.

Контроль, освоение курса осуществляется путем сдачи студентами письменных тестов. В тестах предусмотрено четыре (иногда пять) типа вопросов.

- 1. Выбор единственно правильного ответа.** Ответ на вопрос данного типа должен быть только один.
- 2. Выбор нескольких правильных ответов.** Задача состоит в том, чтобы выбрать из предложенного списка вариантов ответов несколько верных.
- 3. Установка последовательности правильных ответов.** Задача состоит в том, чтобы пронумеровать предложенные варианты ответов в правильном порядке.

Установка соответствия ответов. Задача состоит в том, чтобы для каждого варианта ответов выбрать из предложенного списка соответствий вариантам ответов один или несколько верных.

Рекомендации по подготовке к зачету, экзамену

Зачет(экзамен) являются формой итогового контроля студентов по дисциплине «Медиа социология». Сдаются по вопросам, приведенным в настоящей рабочей программе. Зачет(экзамен) проводится в устной форме путем ответа студентов на вопросы (билеты), сформулированные преподавателем.

Преподаватель во вступительном слове рассказывает об особенностях и порядке проведения зачета (экзамена), о критериях оценки знаний.

Каждый студент, войдя в аудиторию, получает вопрос(билет), затем начинает подготовку к ответу. Время подготовки – 15 -30 минут на вопросы. После ответа по вопросу, студенту могут быть заданы дополнительные вопросы в рамках всей учебной программы. Более углубленно проверяются знания студентов, имеющих низкие оценки по результатам текущего контроля, а также пропустивших большое количество учебных занятий. Знания определяются оцениваются терминами «зачтено», «не зачтено», "отлично", "хорошо", "удовлетворительно".

Методические рекомендации по подготовке реферата.

Реферат – это краткое изложение в письменном виде какой-либо научной проблемы (сложного вопроса) или содержания рекомендуемой книги, монографии, научной работы, результатов исследований архивных материалов и других источников с

научно-практическими выводами по определенному разделу (теме) учебной дисциплины. Он имеет самостоятельное научно-прикладное значение и является одной из форм рубежного или итогового контроля знаний, проверки умений излагать свои мысли на бумаге. Высокой оценки заслуживает тот реферат, в котором изложение материала носит проблемно-полемиический характер, показывает различные точки зрения на освещаемую проблему, отражает собственные взгляды и комментарии автора, что демонстрирует глубокие знания исследуемой проблемы.

В структуре реферата следует иметь:

- титульный лист;
- план (оглавление) реферата;
- введение;
- основная часть (2-3 вопроса);
- заключение;
- список использованной литературы.

План реферата отражает содержательную сторону письменной работы.

Во введении объясняется научно-практическая значимость и актуальность выбранной темы, определяются цели и задачи реферата (объемом на одну – две печатные страницы).

В основной части научно обоснованно раскрывается содержание каждого вопроса со ссылкой на литературные источники, анализируются теоретические положения и определяется их практическая значимость. Каждый вопрос заканчивается краткими выводами (объем 10-15 печатных страниц).

В заключении подводятся итоги или дается обобщающий вывод по теме реферата, указываются дальнейшие пути ее развития, даются теоретические и практические рекомендации (с объемом 2-3 печатные страницы).

Список использованной литературы оформляется в соответствии с установленными требованиями к описанию библиографического аппарата литературы и других источников.

Общий объем реферата может составлять около 15-20 страниц машинописного (компьютерного) текста через полтора интервала или 20-25 рукописных страниц, написанных аккуратным почерком на одной стороне листа.

При подготовке реферата слушатель консультируется у преподавателя, ведущего занятия в учебной группе. Написанный реферат должен быть представлен преподавателю на проверку.

5. Материалы для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации

5.1. Вопросы для дискуссий по дисциплине «Медиа социология»

Раздел 1. Становление медиа социологии и ее базовые понятия

Тема 1.2. История становления и развития массмедиа. Массмедиа как социальный феномен.

1. Генезис СМИ.
2. Классификационные критерии СМИ.
3. Кинобизнес как современный вид медиа.
4. Эмпирический анализ СМИ: история и современность.

Раздел 2. Социологическое изучение когнитивных аспектов медиа социологии

Тема 2. 1. Теоретико-методологический анализ базовых понятий медиарецепции

1. Медиалогика и ее анализ.
2. Анализ медиасобытий.
3. Анализ медиаритуалов.
4. Анализ фрейминга.
5. Анализ сторителлинга.

Тема 2. 2. Медиа восприятие как объект социологического анализа

1. Свойства рецепции.
2. Особенности восприятия по А.А. Лурия
3. Структурные элементы медиа восприятия.

Раздел 3. Массовая медиакультура: особенности функционирования и угрозы

Тема 3.1. Массмедиа и культура. Фактор культуры в медиасоциологических исследованиях.

1. Культурная глобализация и массмедиа..
2. Мультимедиа – феномен культуры.
3. СМИ и культура

Тема 3.2. Социология медиапроизводства в поликультурном мире

1. Модели функционирования СМИ
2. Новостные и аналитические программы.
3. Медиапродукция и медиапсихология.
4. Медиапланирование.

Тема 3.3. Социальные проблемы медиакультуры

1. Медиакультура как социально-психологический феномен.
2. Психологические проблемы медиакультуры.

Раздел 4. Аудитории и условия их функционирования в рамках массовой медиакультуры

Тема 4.1. Медиапланирование и массовая коммуникация. Социально-философские аспекты функционирования медиа

1. Продвижение медиапроектов.
2. Медиапотребление.
3. Аудитория как объект и субъект коммуникации.
4. Восприятие коммуникатора аудиторией.

Тема 4.2. Анализ современных исследований в области медиаэффектов. Социальные закономерности взаимодействия массмедиа и молодежной аудитории

1. Влияние массмедиа на когнитивно-эмоциональное развитие молодежи.
2. Влияние телевидения на поведение детей.
3. Кино: воздействия и роль в жизни молодежи.
4. Медиа в структуре семейной жизни.

Раздел 5. Методы профилактики и преодоления негативизации массовой медиакультуры. Методы исследования медиасоциологии

Тема 5.1. Медиаобразование как проблема общества

1. История медиаобразования.
2. Формы медиаобразования.
3. Варианты проведения медиаобразовательных занятий.
4. Зарубежные и отечественные концепции медиаобразования.

Тема 5.2. Медиаиммунитет и медиакомпетентность как условия эффективного поведения и информационной безопасности личности в информационном обществе

1. Медиакомпетентность и медиаобразование.
2. Медиаграмотность и медиаобразованность.
3. Структура и критерии медиакомпетентности.

Тема 5.3. Методика исследований в медиасоциологии

1. Проблема медиатекста.
2. Шесть основных параметров медиатекста.
3. Концепция коммуникативного фона.

Критерии оценки (в баллах):

- 5 баллов выставляется студенту, если он полностью раскрывает тему, способен грамотно аргументировать излагаемую точку зрения, хорошо ориентируется в изучаемом материале, способен проводить сравнительный анализ различных источников.
- 4 балла выставляется студенту, если он в целом раскрывает тему, приводит необходимые аргументы, но иногда затрудняется в обосновании излагаемой точки зрения.
- 3 балла выставляется студенту, если он раскрывает лишь отдельные аспекты рассматриваемой проблемы, недостаточно хорошо ориентируется в изучаемом материале, способен частично аргументировать свою точку зрения, недостаточно хорошо знаком с источниками.
- 2 балла выставляется студенту, если он не может даже в общих чертах раскрыть тему, не ориентируется в изучаемом материале, не знаком с источниками.

Темы рефератов по дисциплине «Медиасоциология».

1. Информация как фундаментальное общенаучное понятие.
2. Информологический подход.
3. Понятие коммуникации в гуманитарной сфере.
4. Массовая коммуникация и ее фундаментальные свойства.
5. Методы эмпирических исследований в социологии массовой коммуникации и их типология.
6. Качественные исследования в социологии массовой коммуникации.
7. Методы анализа текста, аудио- и видеозаписи: мотивационно-целевой анализ, интент-анализ, контент-анализ, дискурс-анализ.
8. Экспертные опросы в медиа-исследованиях и их основные компоненты: методы формирования экспертных групп, метод экспертных оценок, метод шкалирования, методы согласования экспертных оценок.
9. Количественные методы медиа-исследований: статистический анализ документов, массовый опрос.
10. Специфические эмпирические методы исследования в социологии СМИ: дневниковая панель, автоматизированные измерения аудитории и др.
11. Модель Шеннона-Уивера. Понятия «отправитель сообщения», «получатель сообщения», «канал коммуникации», «шум». Критика модели Шеннона-Уивера.
12. Модель коммуникативного акта Г. Лассуэлла.

13. Понятия «коммуникатор», «реципиент», «канал коммуникации», «сообщение», «эффект коммуникации».
14. Критика модели Г. Лассуэлла.
15. Теория индивидуальных различий К. Ховленда.
16. Понятия «коммуникативный стиль человека», «когнитивный стиль человека».
17. Эффект задержки Ховленда.
18. Формула эффективного убеждения.
19. Психодинамическая модель массовой коммуникации.
20. Модель двухступенчатого потока коммуникации П. Лазарсфельда.
21. Понятие «лидер мнения».
22. Его роль в массово-коммуникационных процессах.
23. Критика модели П. Лазарсфельда.
24. Влияние информации, идущей по каналам СМИ на поведение человека. Психологическая модель Дж. Комстока.
25. Модель взаимной обусловленности У. Шрамма.
26. Модель коммуникации как системы отношений У. Шрамма.
27. Обратная связь в массовой коммуникации.
28. Специфика и формы обратной связи в массовой коммуникации.
29. Модель «полезности и удовлетворения потребностей» И. Каца, Дж. Бламлера и М. Гуревича.
30. Соотнесение потребностей медиа-аудитории, микросоциальных функций массовой коммуникации и жанров СМИ.
31. Теории восприятия медиатекстов. Теория идентификации. Понятия основной и параллельной идентификации.
32. Трёхфакторная модель восприятия Ч. Осгуда.
33. Факторы «Сила», «Активность», «Оценка» и их роль в восприятии медиатекстов.
34. Теория когнитивного диссонанса Л. Фестингера.
35. Понятия «когниция», «когнитивный консонанс», «когнитивный диссонанс», их учёт в практике СМИ.
36. Понятие массово-коммуникационного эффекта.
37. Массово-коммуникационный эффект как неотъемлемая часть массовой коммуникации.
38. Классификация массово-коммуникационных эффектов.
39. Примеры массово-коммуникационных эффектов.
40. Теория диффузии инноваций Э. Роджерса.
41. Классификация аудитории СМИ по основанию «инноваторы-консерваторы».
42. Влияние СМИ на процессы распрощания инноваций.
43. Теория «повестки дня» и её влияние на социальные процессы в обществе.
44. Теория массово-коммуникационных эффектов Д. МакКуэйла.
45. Предсказуемые и непредсказуемые эффекты.
46. Краткосрочные и долгосрочные эффекты.
47. Теория нормативных моделей деятельности СМИ.
48. Авторитарная модель.
49. Либертарианская модель.
50. Советская модель.
51. Модель социальной ответственности.
52. Модель общественного вещания.
53. Модель медийных трестов.
54. М. Маклюэн и его работы по теории массовой коммуникации.
55. А. Моль и его работы по теории массовой коммуникации.
56. Модель функционирования СМК по М. Де Флюэру.

57. Работы по теории массовой коммуникации представителей Франкфуртской школы (Т. Адорно, В. Беньямин, М. Хоркхаймер, Г. Маркузе)
58. Макросоциальные закономерности массовой коммуникации в работах Н.Лумана.
59. Микро- и макросоциальные функции массовой коммуникации.
60. Массовая коммуникация, язык и «относительность» реальности.
61. Проблема значения и знака. Типы и организации знаков.
62. Работы Р. Барта по семиологии массовой коммуникации.
63. Миф как вторичная семиологическая система.
64. Кодирование и декодирование в массово-коммуникационных процессах.
65. Конструирование реальности в СМИ.
66. Работы Б.М. Фирсова по социологии массовых коммуникаций.
67. Работы Ю.М. Лотмана по семиотике массовой коммуникации.
68. Работы Б.А. Грушина по социологии массовых коммуникаций.
69. Семиосоциопсихологический подход Т.М. Дридзе.
70. Теория медиагенезиса В.Ю. Борева и А.В. Коваленко.
71. Теория виртуализации общества Д.В. Иванова.
72. Понятие аудитории. Аудитория СМИ.
73. Развитие взглядов на природу аудитории.
74. Интегрально-статический и динамический подходы к определению аудитории.
75. Типология закономерностей, описывающих поведение аудитории в массово-коммуникационных процессах.
76. Факторы, детерминирующие поведение аудитории СМИ.
77. Консумпционные закономерности в поведении аудитории СМИ.
78. Цикличность как основная макротемпоральная консумпционная закономерность в поведении аудитории.
79. Уровни цикличности аудитории.
80. Консумпционные закономерности в поведении телевизионной аудитории.
81. Цикличность телевизионной аудитории.
82. Консумпционные закономерности в поведении радиоаудитории.
83. Цикличность радиоаудитории.
84. Консумпционные закономерности в поведении аудитории Интернета.
85. Цикличность аудитории Интернета.
86. Консумпционные закономерности в поведении аудитории прессы.
87. Индивидуальные стили телезрительского поведения.
88. Индивидуальные стили поведения радиослушателей.
89. Индивидуальные стили поведения аудитории газет и журналов.
90. Индивидуальные стили поведения аудитории Интернета
91. Основные консумпционные параметры телевизионной аудитории и их смысл.
92. Основные консумпционные параметры радиоаудитории и их смысл.
93. Основные консумпционные параметры аудитории прессы и Интернета и их смысл.
94. Теория личностных диспозиций В.А. Ядова.
95. Диспозиционные параметры аудитории СМИ.
96. Жанрово-тематические ориентации телевизионной аудитории, их связь с социально-демографическими характеристиками.
97. Жанрово-тематические ориентации радиоаудитории, их связь с социально-демографическими характеристиками.
98. Жанрово-тематические ориентации аудитории прессы, их связь с социально-демографическими характеристиками.
99. Методы изучения аудитории СМИ.
100. Типология методов изучения аудитории.
101. История развития методов исследования аудитории газет и журналов
102. История развития методов исследования радиоаудитории.

103. История развития методов исследования телеаудитории.
104. История развития методов исследования аудитории Интернета.
105. Метод личного интервью в исследованиях телевизионной аудитории, его преимущества и недостатки.
106. Метод личного интервью в исследованиях радиоаудитории, его преимущества и недостатки.
107. Метод личного интервью в исследованиях аудитории газет и журналов, его преимущества и недостатки.
108. Метод личного интервью в исследованиях аудитории Интернета, его преимущества и недостатки.
109. Метод телефонного интервью в исследованиях телеаудитории, его преимущества и недостатки.
110. Метод телефонного интервью в исследованиях радиоаудитории, его преимущества и недостатки.
111. Метод телефонного интервью в исследованиях аудитории газет и журналов, его преимущества и недостатки.
112. Метод дневниковой панели в исследованиях телеаудитории, его преимущества и недостатки.
113. Метод дневниковой панели в исследованиях радиоаудитории, его преимущества и недостатки.
114. Метод пиплметрической панели в исследованиях телеаудитории, его преимущества и недостатки.
115. Метод пиплметрической панели в исследованиях радиоаудитории, его преимущества и недостатки.
116. Проблема контроля качества систем измерения аудитории.

**Темы эссе
по дисциплине «Медиа социологии»**

1. Информация в представлениях Н. Винера и К. Шеннона.
2. Количество информации как мера снятой неопределенности.
3. Информация и упорядоченность системы.
4. Свойства информации.
5. Инфо процессы.
6. Многоуровневое понимание информации.
7. Социальная информация.
8. Информация в журналистике.
9. Массовая информация.
10. Типология коммуникации.
11. Медиакоммуникация.
12. Типология массовой коммуникации.
13. Средства массовой коммуникации.
14. Типология средств массовой коммуникации.
15. Средства массовой коммуникации и средства массовой информации.
16. Метод массового опроса в социологии массовой коммуникации.
17. Специфические эмпирические методы исследования в социологии СМИ: дневниковая панель, автоматизированные измерения аудитории.
18. Методы встроенного наблюдения, беседы, глубинного интервью, групповых дискуссий.
19. Применение этнометодологии в медиа-исследованиях.
20. Дайал-тест.
21. Методы компьютерно-технологической поддержки массовых опросов.

Критерии оценки (в баллах):

- 5 баллов выставляется студенту, если он полностью раскрывает тему, способен грамотно аргументировать излагаемую точку зрения, хорошо ориентируется в изучаемом материале, способен проводить сравнительный анализ различных источников.
- 4 балла выставляется студенту, если он в целом раскрывает тему, приводит необходимые аргументы, но иногда затрудняется в обосновании излагаемой точки зрения.
- 3 балла выставляется студенту, если он раскрывает лишь отдельные аспекты рассматриваемой проблемы, недостаточно хорошо ориентируется в изучаемом материале, способен частично аргументировать свою точку зрения, недостаточно хорошо знаком с источниками.
- 2 балла выставляется студенту, если он не может даже в общих чертах раскрыть тему, не ориентируется в изучаемом материале, не знаком с источниками.

5.3. Примерный тест для самоконтроля

по дисциплине «Медиа социологии»

1. Под коммуникацией в широком смысле понимается:

- А. Система, в которой осуществляется взаимодействие.
- Б. Процесс взаимодействия.
- В. Способы общения, позволяющие создавать, передавать и принимать информацию.
- Г. Система, процесс взаимодействия, способы общения, позволяющие создавать, передавать и принимать информацию.

2. Под коммуникацией в узком смысле понимается:

- А. Общение, передача информации от человека (группы) к человеку (группе); специфическая форма их взаимодействия в процессе жизнедеятельности с помощью языка и других сигнальных форм связи.
- Б. Передача информации от человека (группы) к кибернетической системе.
- В. Специфическая форма их взаимодействия в профессиональной деятельности.
- Г. Взаимодействие с помощью невербальных форм связи.

3. По Ж. Д`Арси права человека на коммуникацию, включают:

- А. Возможность обеспечения материальных условий коммуникации.
- Б. Возможность обеспечения и материальных и духовных условий коммуникации.

В. Возможность обеспечения материальных условий коммуникации и условия для развития рыночных отношений.

Г. Возможность обеспечения исключительно духовных условий коммуникации.

4. Социология изучает:

А. Функциональные особенности общения различных социальных групп, представляющего их взаимодействие.

Б. Передачу и получение смысловой и оценочной информации с целью повышения эффективности жизнедеятельности.

В. Механизм оказания воздействия на определенные сообщества.

Г. Исключительно общение профессиональных групп.

5. Для социолога важно исследование коммуникации как:

А. Познания психологических особенностей взаимодействия субъектов.

Б. Социально обусловленного процесса, в рамках которого формируются индивидуальные и групповые установки коммуникативного поведения.

В. Взаимодействие коммуникативных факторов преимущественно в экономической системе общества.

Г. Определение единиц, категорий и частных функций маркетинговых коммуникаций.

6. Коммуникативные цели это:

А. Выделение видов коммуникативных систем.

Б. Определение уровней массовой коммуникации.

В. Установление, поддержание взаимосвязей между заинтересованными субъектами.

Г. Формирование совокупности поступков, мероприятий, обеспечивающих достижение превосходства одной группы над другой.

7. В социологии коммуникации:

А. Изучаются только межличностные коммуникации.

Б. Исследуется психологический процесс достижения взаимопонимания между людьми.

В. Всесторонне изучается только массовая коммуникация.

Г. Изучаются все виды социальных коммуникаций с социологической точки зрения.

8. Историю развития коммуникаций хронологически можно рассматривать как:

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

Б. Преодоление физических, географических, административно-государственных, цензурных границ.

В. Историческое изучение социальных факторов, обуславливающие влияние массовой коммуникации на формирование общественного мнения.

Г. Переход от межличностных к межгрупповым и массовым формам коммуникации.

9. Социальная коммуникация это:

А. Взаимодействие в информационном обществе человека с киберсистемами.

Б. Формирование социального знания и оценочных категорий коммуникации.

В. Коммуникации, обусловленные социальными факторами.

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

10. Общими условиями функционирования массовой коммуникации являются:

А. Социальная значимость информации, способствующая возникновению, распространению и поддержанию функционирования массовой коммуникации;

Б. Наличие массовой аудитории, социальная значимость информации, наличие соответствующих средств, многоканальность коммуникаций.

В. Наличие соответствующих средств, поддерживающих процесс функционирования массовых коммуникаций.

Г. Многоканальность осуществляемых коммуникаций и вариативность коммуникативных средств.

11. Коммуникативный процесс это:

А. Процесс получения информации людьми о состоянии природной среды.

Б. Динамическая смена коммуникантов на различных этапах коммуникативного процесса.

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

Г. Прием и расшифровка информации о состоянии атмосферы.

12. Коммуникативная личность представляет собой:

А. Специфический социальный феномен, исключительно одаренный человек.

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

В. «Коммуникабельный» человек, который резко ограничивает свои действия ради сохранения своих личных секретов.

Г. Личность, имеющая способность быстро устанавливать контакты с нужными людьми.

13. Элементами линейной цепи коммуникации являются:

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

Б. Преобразование сигнала в форму, обеспечивающую оптимальную передачу сигнала по определенному каналу коммуникации.

В. Устное обращение, телефонная и интерактивная (двухсторонняя телесвязь), собрания, митинги, шествия и др.

Г. Передача прием и декодирование сигнала.

14. Аргументация это:

А. Попытка выяснить причины собственного непонимания или непринятия установок другой стороной.

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

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

Г. Перечисление аргументов и фактов, которые в науке выступают как основные факторы разработки научных положений.

15. Под речевой коммуникацией социологами понимается:

А. Речь публичного политика.

Б. Социально обусловленный вид деятельности людей, разговорное общение, в процессе которого происходит обмен мыслями, информацией, эмоциональным переживанием собеседников.

В. Процесс установления и развития контактов между людьми с целью обмена информацией.

Г. Актуализация коммуникативной функции языка в тех или иных речевых ситуациях.

16. Барьеры коммуникации это:

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

Б. Препятствия, возникающие при применении системного подхода к формированию и изучению моделей коммуникации.

В. Это помехи, мешающие осуществлению информационного процесса в социокультурном контексте.

Г. Это помехи, препятствующие нарушению социальных закономерностей во взаимодействии между коммуникатором и реципиентом.

17. Барьеры коммуникации по характеру действующих помех подразделяются на:

А. Опасные и неопасные.

Б. Желательные и нежелательные.

В. Простые и сложные

Г. Технические, психологические, психофизиологические, социальные, культурно-национальные.

18. В межличностных коммуникациях:

А. Как отправителем, так и получателем выступают отдельные индивиды; осуществляются непосредственные контакты между субъектами общения.

Б. Отсутствует обратная связь, которая не нужна, так как нет необходимости оказывать регулирующее воздействие на ход общения.

В. Осуществляется одновременное двухстороннее сообщение, что обязательно обогащает мировоззрение участников коммуникации.

Г. Сам процесс коммуникации имеет доминирующую ценность, что позволяет из содержания коммуникации полностью исключить негативные моменты.

19. Межличностная форма коммуникации:

А. Менее формализована, чем массовые коммуникации, содержание и форма определяется исходя из функций массовой коммуникации.

Б. В некоторых случаях формализована в своих проявлениях.

В. Исключает ролевые функции сторон в общении.

Г. Играет главную роль в формировании и социализации личности. в противовес массовым формам носит более стандартный, рациональный и инструментальный характер.

20. Укажите правильное суждение:

А. Поскольку структура знаний намного сложнее структуры информации не имеет смысла говорить о роли информации в коммуникативной системе.

Б. По своему содержанию социальная информация является совокупностью знаний о состоянии и взаимодействии различных институтов общества и воздействия общественного сознания на общественную практику.

В. Информация, как комплекс сведений, необходимых для успешного функционирования коммуникативной системы, является основным обязательным элементом любой коммуникативной системы.

Г. Социальная информация - это актуальная для общества и находящаяся в обращении часть знания. Она включает в себя сведения, отражающие объективную и субъективную социальную реальность о процессах, мотивах, чувствах, настроениях, фактах, основанных на интересах и потребностях различных социальных групп.

21. Какое из суждений о массовой информации является наиболее правильным?

А. Массовая информация — это политическая информация, которая раздражает “простое население”, поскольку в средствах массовой информации сплошная ложь.

Б. Потоки информации, циркулирующие в обществе и обслуживающие различные социальные организации, представляют собой массовую информацию.

В. Массовая информация является видом социальной информации, которым пользуется послушная масса людей.

Г. Массовая информация универсальна по своему содержанию, ее адресат представляет собой систему «с открытыми границами». Или иначе массовая информация является видом социальной информации, которым пользуется большая по величине масса людей как на этапе ее производства, так и на этапах распространения и потребления.

22. Средства массовой информации (СМИ) являются:

- А. Инструментом массовой обработки мнения населения в пользу наиболее богатых слоев населения
- Б. Средствами, посредством которых актуальная информация доносится до большинства населения.
- В. Массовым средством хранения информации на бумажном или электронном носителе.
- Г. Разновидностью средств массовой коммуникации, назначение которых собирать массовую информацию.

Критерии оценки (в баллах):

- 5 баллов выставляется студенту, если он правильно ответил не менее, чем на 90% вопросов теста;
- 4 балла выставляется студенту, если он правильно ответил не менее, чем на 60% вопросов теста;
- 3 балла выставляется студенту, если он правильно ответил не менее, чем на 40% вопросов теста;
- 2 балла выставляется студенту, если он не может даже частично ответить на поставленный вопрос, не ориентируется в изучаемом материале, не знаком с источниками.

5.4. Вопросы к экзамену

1. История медиасociологии как теории среднего уровня. Позитивистская традиция в социологии и ее проявление в социологии массовых коммуникаций.
2. Понятие социологического факта. Предмет социологии массовых коммуникаций
3. Модель процесса коммуникации Шеннона. Примеры применения
4. Модель процесса коммуникации Лассвелла. Примеры применения
5. Модель процесса коммуникации Шрамма. Примеры применения
6. Межличностная, медиативная, квазимедиативная коммуникация: сходства и различия
7. Характеристики СМИ как социального института. Элементы, институциональные нормы.
8. Функции СМИ. Понятие дисфункции. Примеры.
9. Информационная функция СМИ. Понятие информационного поведения, его структура (определяется потребностями)
10. Коммуникативная функция. СМИ в системе социальных связей. СМИ и власть. Идеология.

11. Функция форума в СМИ. Общественное мнение.
12. Ценностно-регулирующая функция. СМИ и культура. СМИ и идентичности
13. Массовая аудитория, ее социальные характеристики и виды
14. Стереотипы массовой коммуникации: определение, типология, примеры
15. Политические стереотипы в современных российских СМИ. Риски. Примеры.
16. Социальные стереотипы (гендерные, возрастные) в современных российских СМИ. Риски. Примеры.
17. Этнические стереотипы в современных российских СМИ. Риски и примеры.
18. СМИ и СМК. Определение понятий, содержательное наполнение.
19. СМИ и новые медиа в социальной структуре общества
20. Институт СМИ и институт журналистики. Определение понятий. Функциональное сходство и различие.
21. Актуальные проблемы российской журналистики на современном этапе
22. СМИ как канал перемещения капиталов
23. Современный информационный рынок в России. Субъекты и тенденции развития.
24. Социальный портрет современного журналиста.
25. Новые медиа в социальной структуре общества.
26. Социология журналистики и СМК в работе редакции
27. Социология журналистики и СМК в работе отдельного журналиста.
28. Критерии научности при количественном подходе в социологии массовых коммуникаций и журналистики
29. Виды анкетирования
30. Контент-анализ. Его использование в изучении СМИ и журналистики.
31. Достоинства и недостатки количественных исследований в социологии массовых коммуникаций и журналистики
32. Пути обеспечения научности при качественном подходе в социологии журналистики
33. Виды качественных исследований в социологии журналистики
34. Кейс-стади в социологии журналистики.
35. Глубинное интервью, требования к проведению.
36. Фокус-группа. Применение данного метода сбора информации в социологии журналистики
37. Достоинства и недостатки качественных исследований
38. Этапы эмпирического социологического исследования
39. Программа социологического исследования, ключевые термины
40. Интернет в социальной структуре общества, ее трансформации под влиянием интернета
41. Социальные сети и СМИ социальной структуре общества
42. Социальная проблематика в российских СМИ разных типов
43. Телевидение в социальной структуре общества
44. Периодическая печать в социальной структуре общества
45. Радио в социальной структуре общества

Критерии оценки на экзамене

Оценка «отлично» ставится в случае, когда теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов, необходимые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы, все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, студент легко ориентируется в пройденном материале,

демонстрирует способность к аналитической деятельности и самостоятельность мышления.

Оценка **«хорошо»** ставится в случае, когда теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов некоторые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы недостаточно, все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, студент хорошо воспроизводит изученный материал, но затрудняется провести сравнительный анализ, дать самостоятельную оценку тому или иному явлению.

Оценка **«удовлетворительно»** ставится в случае, когда теоретическое содержание курса освоено частично, некоторые практические навыки работы не сформированы, многие предусмотренные программой обучения учебные задания не выполнены, либо качество выполнения некоторых из них оценено числом баллов, близким к минимальному.

Оценка **«неудовлетворительно»** ставится в случае, когда теоретическое содержание курса не освоено, необходимые практические навыки работы не сформированы, все выполненные учебные задания содержат грубые ошибки, дополнительная самостоятельная работа над материалом курса не приведет к какому-либо значимому повышению качества выполнения учебных заданий.