

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Костровец Лариса Борисовна
Должность: директор
Дата подписания: 19.05.2026 09:26:17
Уникальный программный ключ:
6882606104c36dbde41c4ab93a65382136a292d6

Приложение 4
к образовательной программе

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.О.01.02.ДЭ.05.01 Социология массовых коммуникаций
(индекс, наименование дисциплины в соответствии с учебным планом)

39.03.02 Социальная работа
(код, наименование направления подготовки)

Социально-психологическая работа с населением
(наименование образовательной программы)

очная форма обучения
(форма обучения)

Год набора 2026

Город Донецк

Автор(ы)-составитель(и) РПД:

Емец Ирина Александровна, кандидат философских наук, доцент кафедры социологии управления

Заведующий кафедрой:

Зырина Ярослава Александровна, кандидат социологических наук, заведующий кафедрой социологии управления

Рабочая программа дисциплины Б1.О.01.02.ДЭ.05.01 Социология массовых коммуникаций одобрена на заседании кафедры управления Донецкого филиала РАНХиГС.

Протокол №7 от «27» 02.2026г.

СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения программы
2. Объем и место дисциплины в структуре образовательной программы
3. Содержание и структура дисциплины
4. Типы оценочных материалов, показатели и критерии оценивания
5. Формы аттестации и типовые оценочные материалы для текущего контроля успеваемости обучающихся, критерии и шкалы оценивания по контрольным точкам
6. Формы промежуточной аттестации, критерии и шкала оценивания, типовые оценочные материалы по дисциплине
7. Методические материалы по освоению дисциплины
8. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»
9. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Дисциплина Б1.О.01.02.ДЭ.05.01 Социология массовых коммуникаций обеспечивает формирование у обучающихся следующих профессиональных компетенций:

ОТФ/ТФ и реквизиты ПС (при наличии) **	Код компетенции **	Наименование Компетенции **	Код индикатора достижения компетенции **	Наименование индикатора достижения компетенций **	Образовательный результат
	УК-3	Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	УК-3.1	Понимает основные аспекты межличностных и групповых коммуникаций	<p>УК-3.1 3-1 Знает: основные принципы и методы управления человеческими ресурсами для организации групповой работы</p> <p>УК-3.1 3-2 Знает: теоретические и практические основы психологии</p> <p>УК-3.1 3-3 Владеет методологией и техникой социологической науки</p> <p>УК-3.1 3-4 Знает: основные модели командообразования, технологии эффективной коммуникации в команде, методы оценки эффективности командной работы</p> <p>УК-3.1 У-1 Умеет: проектировать межличностные и групповые коммуникации</p> <p>УК-3.1 У-2 Умеет: определять свою роль в команде, ставить цели и формулировать задачи, связанные с ее реализацией</p> <p>УК-3.1 У-3 Умеет: выстраивать взаимодействие с учетом социальных особенностей членов команды</p> <p>УК-3.1 У-4 Владеет рефлексивными, вербальными и невербальными навыками коммуникации</p> <p>УК-3.1 У-5 Умеет: использовать рефлексивные и коммуникативные навыки в различных форматах</p>
			УК-3.2	Соблюдает	УК-3.2 3-1 Знает:

				<p>нормы и установленные правила командной работы, несет личную ответственность за результат</p>	<p>теоретические основы и практические аспекты организации командной работы УК-3.2 З-2 Знает: основные методы анализа группового взаимодействия УК-3.2 З-3 Знает: методы анализа командных ролей УК-3.2 У-1 Применяет методы командного взаимодействия, осуществляет обмен информацией, знанием и опытом с членами команды, оценивает идеи других членов команды для достижения поставленной цели УК-3.2 У-2 Умеет: проектировать и организовывать командную работу УК-3.2 У-3 Умеет: определять и корректировать командные роли УК-3.2 У-4 Умеет: определять потребности участников команды в овладении новыми знаниями и умениями УК-3.2 У-5 Умеет: анализировать возможные последствия личных действий в социальном взаимодействии и командной работе, выстраивать продуктивное взаимодействие с учетом социального контекста, особенностей поведения и интересов других участников для достижения целей общественного развития</p>
--	--	--	--	--	--

2. Объем и место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Общий объем дисциплины: 2,00 з.е., 72 ак. часа

Объем академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем:

лекционные занятия – 18 ак. час;

практические занятия – 18 ак. час;

контактная работа на аттестацию в период экзаменационных сессий – 9 ак. час.

Самостоятельная работа:

самостоятельная работа – 32 ак. час;

Дисциплина Б1.О.01.02.ДЭ.05.01 Социология массовых коммуникаций реализуется на 5-м

семестре 3-го курса после изучения дисциплин:

Общая социология

Культура личности и общества

Социальная психология

Коммуникативная деятельность в профессиональной практике

3. Содержание и структура дисциплины (модуля)

3.1. Структура дисциплины (модуля)

Очная форма обучения

№ п/п	Наименование тем и (или) разделов	ВСЕГО	Объем дисциплины, ак.час										Форма текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации		
			Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий							Самостоятельная работа					
			Период теоретического обучения				Период промежуточной аттестации (сессия)			СРкр	СРэк	СР			
			Занятия лекционного типа		Занятия семинарского типа		ИК	КСР	КЭ					Кат тЭК	К о н т р о л ь
Л	ВЛ	ЛР	ПЗ												
Раздел 1. Теоретико-методологические аспекты изучения массовой коммуникации															
Тема 1.	Введение в социологию массовой коммуникации		2	0	0	2	0	0	0	0	0	0	0	3	Опрос, доклад, Тестирование
Тема 2.	Структурно-функциональная традиция анализа массовой коммуникации. Концепция идеологии и методология анализа		2	0	0	2	0	0	0	0	0	0	0	4	Опрос, доклад, Тестирование

	массовой коммуникации													
Тема 3.	Семиологические подходы в исследовании массовой коммуникации. Критическая традиция анализа массовой коммуникации		2	0	0	2	0	0	0	0	0	0	3	Опрос, доклад Тестирование, Кейс
Тема 4.	Средства массовой коммуникации в постмодернистской перспективе. Социология эффектов массовой коммуникации		4	0	0	4	0	0	0	0	0	0	7	Опрос, доклад Тестирование, Кейс
Раздел 2. Эмпирические и прикладные аспекты исследования массовой коммуникации														
Тема 5.	Методологические и методические особенности исследования аудитории и текстов массовой коммуникации		2	0	0	2	0	0	0	0	0	0	4	Опрос, доклад Тестирование, Кейс
Тема 6.	Влияние массовой медиа на		4	0	0	4	0	0	0	0	0	0	7	Опрос, доклад Тестирование,

	общественное сознание . Тема СМК как субъект конфликтного взаимодействия.													Кейс
Тема 7.	Медиакампании		2	0	0	2	0	0	0	0	0	0	4	Опрос, доклад Тестирование, Кейс
Промежуточная аттестация			0	0	0	0	0	0	0	9	0	0	0	
Итого			18	0	0	18	0	0	0	9	0	0	32	

Используемые сокращения:

Л – лекции - занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации обучающимся педагогическими работниками организации и (или) лицами, привлекаемыми организацией к реализации образовательных программ на иных условиях),).

ВЛ – видео лекции.

ЛР – лабораторные работы.

ПЗ – практические занятия (за исключением лабораторных работ).

ИК – индивидуальные консультации.

КСР – контроль самостоятельной работы

КЭ – консультации перед экзаменом

Катгэк – контактная работа на аттестацию в период экзаменационных сессий

СРкр – самостоятельная работа на подготовку курсовой работы/ курсового проекта.

СРэк – самостоятельная работа на подготовку к экзамену.

СР – самостоятельная работа в семестре на подготовку к учебным занятиям.

3.2. Содержание дисциплины

Раздел 1. Теоретико-методологические аспекты изучения массовой коммуникации

Тема 1. Введение в социологию массовой коммуникации (УК-3.1)

Понятие массовой коммуникации: соотношение с массовой информацией, массовым сознанием и массовой культурой. Предпосылки возникновения и этапы развития института массовой коммуникации. Объект и предмет социологии массовых коммуникаций, ее место в системе социологического знания и смежных дисциплин (психология, политология, медиаисследования). Основные модели массовой коммуникации: линейная (Г. Лассуэлл), циркулярная (У. Шрамм), интерактивная (Д. МакКуэйл). Функции массовой коммуникации в обществе: информационная, интегративная, рекреативная, функция социального контроля. Медиа как социальный институт. Современные тенденции: конвергенция, цифровизация, фрагментация аудитории, социальные медиа.

Тема 2. Структурно-функциональная традиция анализа массовой коммуникации. Концепция идеологии и методология анализа массовой коммуникации (УК-3.1)

Структурно-функциональный подход: Т. Парсонс и Р. Мертон о функциях и дисфункциях СМИ. Явные и латентные функции масс-медиа. Концепция «использования и удовлетворения» (К. Кац, Дж. Блумлер, М. Гуревич): активная аудитория и мотивы медиапотребления. Теория зависимости от медиа (М. ДеФлёр, С. Болл-Рокеш): социальная система, аудитория и эффекты взаимовлияния. Концепция идеологии в анализе массовой коммуникации: неомарксистская традиция (А. Грамши — гегемония, Л. Альтюссер — интерпелляция). Идеологическая функция медиа: производство и воспроизводство доминирующих значений. Методология анализа идеологических аспектов медиатекстов: критический дискурс-анализ, структурный анализ репрезентации.

Тема 3. Семиологические подходы в исследовании массовой коммуникации. Критическая традиция анализа массовой коммуникации (УК-3.1)

Основы семиологии и семиотики: Ф. де Соссюр (означающее/означаемое), Ч. Пирс (иконические, индексные, символические знаки). Семиологический анализ массовой коммуникации: Р. Барт (мифологии, коннотации, денотация), Ю. Лотман (семиосфера медиа), У. Эко (открытое произведение, кодовая модель). Критическая традиция: Франкфуртская школа (М. Хоркхаймер, Т. Адорно) — концепция «культурной индустрии»: стандартизация, псевдоиндивидуализация, отчуждение. Теория кодирования/декодирования С. Холла: предпочтительное, оппозиционное и негативное прочтение медиатекстов. Понятие медийного дискурса и репрезентации. Сравнительный анализ критической и семиологической традиций: общее и особенное в исследовании власти и значения в медиа.

Тема 4. Средства массовой коммуникации в постмодернистской перспективе. Социология эффектов массовой коммуникации (УК-3.1)

Постмодернистский подход к медиа: Ж. Бодрийяр (симулякр, гиперреальность, исчезновение социального), Ж. Лиотар (критика метанарративов), Ф. Джеймисон (логика позднего капитализма и медиа). Фрагментация, эклектичность, ирония и исчезновение границ между реальностью и репрезентацией в постмодернистских медиа. Социология эффектов массовой коммуникации: эволюция теорий — от «магической пули» до ограниченных и умеренных эффектов. Ключевые теории эффектов: теория культивации (Дж. Гербнер), теория установления повестки дня (М. МакКомбс, Д. Шоу), фрейминг

(Гоффман, Энтиан), эффект прайминга. Теория «спирали молчания» Э. Ноэль-Нойман: роль медиа в формировании климата общественного мнения.

Раздел 2. Эмпирические и прикладные аспекты исследования массовой коммуникации

Тема 5. Методологические и методические особенности исследования аудитории и текстов массовой коммуникации (УК-3.1)

Методологическая специфика: сочетание количественных и качественных парадигм. Проблема репрезентативности и валидности в медиаисследованиях. Методы исследования аудитории: массовые опросы, дневниковые панели, фокус-группы, глубинное интервью, анализ цифровых следов (big data), метрики вовлеченности. Методы анализа медиатекстов: контент-анализ (тематический, оценочный, реляционный), дискурс-анализ (критический, постструктуралистский), семиотический анализ, нарративный анализ, интент-анализ. Специфические методики: анализ фреймов, анализ тональности (сентимент-анализ), событийный анализ. Проектирование исследования в области массовой коммуникации: выбор дизайна, построение выборки, операционализация понятий.

Тема 6. Влияние масс медиа на общественное сознание. СМК как субъект конфликтного взаимодействия (УК-3.1, УК-3.2)

Механизмы влияния СМК на общественное сознание: стереотипизация (У. Липпман), мифологизация, персуазивная коммуникация, пропаганда и контрпропаганда.

Формирование социальных представлений и коллективных идентичностей через медиа. Медиаконструирование социальных проблем. СМК как субъект конфликтного взаимодействия: роль медиа в возникновении, эскалации и разрешении социальных конфликтов («медиатизация конфликта»). Модели поведения СМК в конфликте: роль «сторожевого пса», адвоката, арбитра, провокатора. Понятие «информационной войны».

Медиа и политический конфликт: пропагандистские модели (Г. Лассуэлл, Э. Бернейс), фейковые новости, постистина. Управление конфликтами через медиастратегии.

Нормативно-правовая база командной работы социального работника при взаимодействии со СМК: профессиональный кодекс, закон об информации, закон о СМИ, правила публичных коммуникаций в социальной сфере.

Принципы распределения ролей и зон ответственности в профессиональной деятельности социального работника (спикер, аналитик, коммуникатор, документовед) при подготовке и реализации медиаакций.

Личная ответственность социального работника за коллективный результат в ситуациях массовой коммуникации (этические дилеммы, утечка данных, конфликт интересов)

Тема 7. Медиакампании (УК-3.1)

Понятие и типология медиакампаний: политические (предвыборные), социальные (социальная реклама), PR-кампании, рекламные, пропагандистские, контрпропагандистские. Этапы планирования медиакампании: целеполагание, анализ целевой аудитории, стратегия выбора каналов (медиаплан), креативная стратегия, бюджет, тайминг. Методы оценки эффективности медиакампании: медиаметрия (охват, частота, GRP, CTR), коммуникативная эффективность (запоминаемость, изменение установок), поведенческая эффективность (голосование, покупка, донаты). Социологические исследования в поддержку медиакампаний: предварительное тестирование материалов, мониторинг в ходе кампании, посткампанийные замеры. Кейс-анализ успешных и провальных медиакампаний (социальные, политические, коммерческие). Этические аспекты проведения медиакампаний (манипуляция, скрытая реклама, агитация).

4. Типы оценочных материалов, показатели и критерии оценивания

4.1. Оценочные материалы по дисциплине Б1.О.01.02.ДЭ.05.01 Социология массовых коммуникаций входят в состав оценочных материалов по образовательной программе. Совокупность оценочных материалов по всем дисциплинам (модулям) образовательной программы составляют фонд оценочных средств (далее – ФОС). ФОС используется при проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся с целью оценивания достижения обучающимися планируемых результатов обучения.

4.2. ФОС разработан как комплекс проверочных заданий различного типа и уровня сложности, включает критерии и шкалы оценивания, а также «ключи» правильных ответов. ФОС формируется как отдельный документ и хранится в электронном виде, доступ к ФОС предоставлен ограниченному кругу лиц.

4.3. Для самостоятельной работы обучающихся при подготовке к текущему контролю успеваемости и промежуточной аттестации в рабочих программах дисциплин размещены типовые проверочные задания, которые можно условно разделить на задания закрытого, комбинированного и открытого типов.

Задания закрытого типа – это тестовые задания, в которых каждый вопрос сопровождается готовыми вариантами ответов, из которых необходимо выбрать один или несколько правильных.

Задания комбинированного типа – это тестовые задания, в которых каждый вопрос сопровождается готовыми вариантами ответов, из которых необходимо выбрать один или несколько правильных и обосновать свой выбор.

Задания открытого типа – это задания, в которых на каждый вопрос должен быть предложен развернутый обоснованный ответ.

В зависимости от типа задания рекомендованы определенная последовательность выполнения и система оценивания выполнения заданий.

4.4. Типы заданий, сценарии выполнения, критерии оценивания

ТИП ЗАДАНИЯ	ИНСТРУКЦИЯ	СЦЕНАРИИ ВЫПОЛНЕНИЯ	КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ
Задание закрытого типа с выбором одного правильного ответа из нескольких вариантов предложенных	Прочитайте текст, выберите правильный ответ	<ol style="list-style-type: none"> 1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов. 2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа. 3. Выбрать один верный ответ. 4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа (например, 3 или В). 	Ответ считается верным, если правильно указана цифра или буква
Задание закрытого типа на установление соответствия	Прочитайте текст и установите соответствие	<ol style="list-style-type: none"> 1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидаются пары элементов. 2. Внимательно прочитать оба списка: список 1 – вопросы, утверждения, факты, понятия и т.д.; список 2 – утверждения, свойства объектов и т.д. 3. Сопоставить элементы списка 1 с элементами списка 2, сформировать пары элементов. 4. Записать попарно буквы и цифры (в зависимости от задания) вариантов ответа (например, А1 или Б4). 	Ответ считается верным, если правильно указаны цифры или буквы
Задание закрытого типа с выбором нескольких правильных ответов из нескольких вариантов предложенных	Прочитайте текст, выберите правильные ответы	<ol style="list-style-type: none"> 1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается несколько правильных ответов из предложенных вариантов. 2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа. 3. Выбрать несколько правильных ответов. 4. Записать только номера (или буквы) выбранного варианта ответа (например, 1 4 или А Г). 	Ответ считается верным, если правильно установлены все соответствия (позиции из одного столбца верно сопоставлены с позициями другого)
Задание закрытого типа на установление последовательности	Прочитайте текст и установите последовательность	<ol style="list-style-type: none"> 1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается последовательность элементов. 2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа. 3. Построить верную последовательность из предложенных элементов. 	Ответ считается верным, если правильно указана вся последовательность цифр

		4. Записать буквы/цифры (в зависимости от задания) вариантов ответа в нужной последовательности (например, БВА или 135).	
Задание комбинированного типа с выбором одного правильного ответа из предложенных и обоснованием выбора	Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа	<ol style="list-style-type: none"> 1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов. 2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа. 3. Выбрать один верный ответ. 4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа. 5. Записать аргументы, обосновывающие выбор ответа (например, 4 текст обоснования). 	Ответ считается верным, если правильно указана цифра или буква и приведены корректные аргументы, используемые при выборе ответа
Задание открытого типа с развернутым ответом	Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ	<ol style="list-style-type: none"> 1. Внимательно прочитать текст задания и понять суть вопроса. 2. Продумать логику и полноту ответа. 3. Записать ответ, используя четкие компактные формулировки. 4. В случае расчетной задачи, записать решение и ответ 	<p>Ответ считается верным:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Отсутствие фактических ошибок. 2. Раскрытие объема используемых понятий (полнота ответа). 3. Обоснованность ответа (наличие аргументов). 4. Логическая последовательность излагаемого материала.

4.5. Общая шкала оценивания результатов текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся с применением БРС

Итоговая балльная оценка	Традиционная система	Бинарная система	ECTS	
			Для традиционной системы	Для бинарной системы
90-100	Отлично	Зачтено	A	P/ Passed
80-89	Хорошо		B	P/ Passed
75-79			C	P/ Passed
70-74			B	P/ Passed
60-69	Удовлетворительно		E	P/ Passed
0-59	Неудовлетворительно	Не зачтено	F	F/Failed

Соотношение баллов за текущий контроль успеваемости и промежуточную аттестацию, а также повторную промежуточную аттестацию:

Максимальная сумма баллов за текущий контроль успеваемости	Максимальная сумма баллов за промежуточную аттестацию	Максимальная итоговая балльная оценка	Максимальная сумма баллов за повторную промежуточную аттестацию
100 баллов	100 баллов	100 баллов	100 баллов

5. Формы аттестации, типовые оценочные материалы для текущего контроля успеваемости обучающихся, критерии и шкалы оценивания по контрольным точкам

5.1. В ходе реализации дисциплины Б1.О.01.02.ДЭ.05.01 Социология массовых коммуникаций (в том числе, задания к контрольным точкам): опрос, тестирование, реферат, доклады, кейс.

Таблица 5.1.

Распределение баллов по видам учебной деятельности (БРС)

Раздел/Темы	Формы текущего контроля		КЗР
	УО	ТЗ, КЗ, К	
Раздел 1. Теоретико-методологические аспекты изучения массовой коммуникации			
1/Т-1	3	7	20
1/Т-2	3	7	
1/Т-3	3	7	
1/Т-4	3	7	
Раздел 2. Эмпирические и прикладные аспекты исследования массовой коммуникации			
2/Т-5	3	7	10
2/Т-6	3	7	
2/Т-7	3	7	
Итого: 100 б	21	49	30

- УО – устный опрос;
- ТЗ – тестовое задание;
- КЗ – контрольные задания;
- ПЗ – практическое занятие;
- Д – доклад;

К – кейс;

КЗР – контрольные работы по разделу.

Критерии оценивания опроса:

Балы	Описание критерия
4	Обучающийся полно излагает материал (отвечает на вопрос), дает правильное определение основных понятий; обнаруживает понимание материала, может обосновать свои суждения, применить знания на практике, привести необходимые примеры не только из учебника, но и самостоятельно составленные; излагает материал последовательно и правильно с точки зрения норм литературного языка.
2-3	Обучающийся дает ответ, удовлетворяющий тем же требованиям, что и для оценки «отлично», но допускает 1–2 ошибки, которые сам же исправляет, и 1–2 недочета в последовательности и языковом оформлении излагаемого.
1	Обучающийся обнаруживает знание и понимание основных положений данной темы, но излагает материал неполно и допускает неточности в определении понятий или формулировке правил; не умеет достаточно глубоко и доказательно обосновать свои суждения и привести свои примеры; излагает материал непоследовательно и допускает ошибки в языковом оформлении излагаемого.
0	Обучающийся обнаруживает незнание вопроса, допускает ошибки в формулировке определений и правил, искажающие их смысл, беспорядочно и неуверенно излагает материал.

0* - в журнал академической группы не выставляется

Критерии оценивания доклада:

Критерии оценки	Диапазон баллов	Описание критерия
Содержание и раскрытие темы	1	Детальное, последовательное описание всех этапов с конкретными примерами
Грамотность изложения	1	Соблюдены все правила грамматики, орфографии и пунктуации
Стилистика	1	Единый стиль изложения, точные формулировки, уместное использование терминов, лаконичность
Логика изложения	1	Чёткая последовательность изложения, логические связи между частями текста, аргументы подтверждают выводы
Оригинальность	1	Уникальный подход к теме, нестандартные решения, инновационные идеи, собственная позиция автора
Итого максимально:	5	

Критерии оценивания реферата:

Критерии оценки	Диапазон баллов	Описание критерия
Содержание и раскрытие темы	0-20	Детальное, последовательное описание всех этапов с конкретными примерами
Грамотность изложения	0-20	Соблюдены все правила грамматики, орфографии и пунктуации

Стилистика	0-20	Единый стиль изложения, точные формулировки, уместное использование терминов, лаконичность
Логика изложения	0-20	Чёткая последовательность изложения, логические связи между частями текста, аргументы подтверждают выводы
Оригинальность	0-20	Уникальный подход к теме, нестандартные решения, инновационные идеи, собственная позиция автора
Итого максимально:	100	

Критерии оценивания тестовых заданий:

Балы	Описание критерия	
4	Свыше 80% правильных ответов.	Обучающийся демонстрирует глубокое познание в освоенном материале.
2-3	Свыше 70% правильных ответов.	Обучающимся материал освоен полностью, без существенных ошибок.
1	Свыше 50% правильных ответов.	Обучающимся материал освоен не полностью, имеются значительные пробелы в знаниях.
0	Менее 50% правильных ответов.	Обучающимся материал не освоен, знания обучающегося ниже базового уровня.

0* - в журнал академической группы не выставляется

Критерии оценивания контрольных заданий:

Балы	Описание критерия
10-12	Обучающимся задание выполнено без ошибок и в полном объеме.
7-9	Обучающимся в целом задание выполнено, имеются отдельные неточности или недостаточно полные ответы, не содержащие ошибок.
5-6	Обучающимся допущены отдельные ошибки при выполнении задания
0-4	У обучающегося отсутствуют ответы на большинство вопросов задачи, задание не выполнено или выполнено не верно.

0* - в журнал академической группы не выставляется

5.2. Типовые оценочные материалы для текущего контроля успеваемости обучающихся (вне контрольных точек):

Раздел 1. Теоретико-методологические аспекты изучения массовой коммуникации

Тема 1. Введение в социологию массовой коммуникации (УК-3.1)

Вопросы для опроса (устно/письменно)

Вопрос 1. Чем массовая коммуникация отличается от межличностной? Приведите один пример.

Правильный ответ:

Вопрос 2. Назовите три исторические предпосылки возникновения института массовой коммуникации.

Правильный ответ: 1) Изобретение книгопечатания (И. Гутенберг); 2) промышленная революция и урбанизация; 3) развитие технических средств (радио, телевидение, затем интернет).

Вопрос 3. В чем заключается объект и предмет социологии массовых коммуникаций?

Правильный ответ:

Темы для доклада

1. Эволюция средств массовой коммуникации: от печатного станка к социальным сетям.
2. Сравнительный анализ линейной, циркулярной и интерактивной моделей массовой коммуникации.
3. Массовая культура и массовая коммуникация: грани взаимодействия.

Методические рекомендации по подготовке доклада.

Подготовка доклада способствует формированию навыков исследовательской работы, расширяет познавательные интересы, приучает критически мыслить. При написании доклада по заданной теме составляется план, подбираются основные источники. В процессе работы с источниками, систематизируют полученные сведения, делают выводы и обобщения.

Подготовка доклада требует от обучающегося большой самостоятельности и серьезной интеллектуальной работы, которая принесет наибольшую пользу, если будет включать с себя следующие этапы: изучение наиболее важных научных работ по данной теме, перечень которых дает сам преподаватель; анализ изученного материала, выделение наиболее значимых для раскрытия темы фактов, мнений разных ученых и научных положений; обобщение и логическое построение материала доклада, например, в форме развернутого плана; написание текста доклада с соблюдением требований научного стиля.

Построение доклада включает три части: вступление, основную часть и заключение. Во вступлении указывается тема доклада, устанавливается логическая связь ее с другими темами или место рассматриваемой проблемы среди других проблем, дается краткий обзор источников, на материале которых раскрывается тема и т. п. Основная часть должна иметь четкое логическое построение, в ней должна быть раскрыта тема доклада. В заключении обычно подводятся итоги, формулируются выводы, подчеркивается значение рассмотренной проблемы и т. п.

Тестовые задания с инструкцией по выполнению

1. Задания открытого типа с развернутым ответом

Задание 1. Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ

1. Внимательно прочитайте текст задания и понять суть вопроса.
2. Продумать логику и полноту ответа.
3. Записать ответ, используя четкие компактные формулировки.
4. В случае расчетной задачи, записать решение и ответ

Текст: «Массовая коммуникация — это процесс производства, воспроизводства и распространения сообщений с помощью технических средств на численно большие, рассредоточенные, анонимные аудитории, обладающие социальной неоднородностью.»

Вопрос: Почему аудитория массовой коммуникации называется «анонимной» и «рассредоточенной»? Приведите пример из современной телевизионной практики.

Ответ:

Задание 2. Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ

1. Внимательно прочитайте текст задания и понять суть вопроса.
2. Продумать логику и полноту ответа.
3. Записать ответ, используя четкие компактные формулировки.
4. В случае расчетной задачи, записать решение и ответ

Текст: «Г. Лассуэлл предложил линейную модель коммуникации: Кто – говорит Что – по какому Каналу – кому – с каким Эффектом.»

Вопрос: В чём ограниченность линейной модели? Какие элементы не учитываются?

Ответ:

Задание 3. Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ

1. Внимательно прочитать текст задания и понять суть вопроса.

2. Продумать логику и полноту ответа.

3. Записать ответ, используя четкие компактные формулировки.

4. В случае расчетной задачи, записать решение и ответ

Текст: «Цифровизация привела к тому, что традиционные СМИ (газеты, ТВ) теряют аудиторию, уступая место интернет-платформам.»

Вопрос: Как фрагментация аудитории (разбиение на мелкие сегменты) связана с цифровизацией? Назовите один позитивный и один негативный аспект.

Ответ:

Кейсы

Кейс 1.

Ситуация: Социальный работник Ирина проводит групповое занятие с пожилыми людьми в центре дневного пребывания. Одна из участниц, Елена Петровна, говорит: «Я верю только тому, что по телевизору сказали. А внучка мне в интернете какую-то ерунду показывает – я ей не верю». Другие пенсионеры поддерживают Елену Петровну. Ирина понимает, что между поколениями возник коммуникативный барьер из-за разных типов медиапотребления.

Задание: Объясните, какие модели массовой коммуникации (линейная, циркулярная, интерактивная) ассоциируются у пожилых людей с телевидением, а какие – у молодежи с интернетом. Как это различие влияет на межпоколенческую коммуникацию в группе?

Ответ:

Кейс 2

Ситуация: В реабилитационном центре для подростков, попавших в трудную жизненную ситуацию, психолог заметил, что многие ребята часами сидят в TikTok и воспринимают всё увиденное как «правду жизни». Они воспроизводят опасные челленджи и агрессивные мемы. Психолог хочет объяснить им, что TikTok – это не просто развлечение, а мощный инструмент массовой коммуникации.

Задание: Используя понятие «функции массовой коммуникации» (информационная, интегративная, рекреативная, социального контроля), проанализируйте, какие функции реализует TikTok для подростков. Какая функция здесь доминирует и к каким последствиям может привести её гипертрофия?

Ответ:

Кейс 3

Ситуация: Социальный работник готовит программу повышения цифровой грамотности для многодетных семей. Он хочет начать с объяснения понятия «конвергенция медиа», потому что родители жалуются, что не могут уследить, где дети находят опасную информацию: «то в телефоне, то в планшете, то в игре».

Задание: Приведите пример конвергенции из повседневной жизни семьи (на одном устройстве). Назовите одно позитивное и одно негативное последствие конвергенции с точки зрения социальной работы.

Ответ:

Индивидуальное творческое задание:

Составьте памятку (10 пунктов) для пожилых людей «Как отличить достоверную новость от фейка, используя простые правила». Памятка должна учитывать то, что пенсионеры доверяют телевидению и не всегда умеют пользоваться интернетом.

Групповое творческое задание (3–5 человек): Разыграйте сценку-диалог между «бабушкой, которая смотрит только ТВ» и «внуком-подростком, который сидит в TikTok». Покажите, как они спорят о событиях в мире, а затем найдите компромисс (например, начинают вместе проверять информацию). Продолжительность – 3 минуты.

Ситуационная задача: Психолог в школе заметил, что ученики перестали обсуждать проблемы лицом к лицу, а переписываются в общем чате, где не видят эмоций собеседника и часто ссорятся. Как понимание различий между межличностной и массовой коммуникацией может помочь психологу в работе с классом?

Ответ:

Тема 2. Структурно-функциональная традиция анализа массовой коммуникации. Концепция идеологии и методология анализа массовой коммуникации (УК-3.1)

Вопросы для опроса (устно/письменно)

Вопрос 1. Что такое «дисфункция» СМК с точки зрения Р. Мертон? Приведите один пример.

Правильный ответ:

Вопрос 2. В чем главное отличие явных функций масс-медиа от латентных?

Правильный ответ:

Вопрос 3. Как концепция «использования и удовлетворения» (uses and gratifications) характеризует аудиторию?

Правильный ответ:

Темы для доклада

1. Явные и латентные функции масс-медиа: анализ современного новостного выпуска.
2. Теория использования и удовлетворения: почему люди смотрят реалити-шоу?
3. Теория зависимости от медиа М. ДеФлёра и С. Болл-Рокеш: пример из пандемии COVID-19.

Методические рекомендации по подготовке доклада.

Подготовка доклада способствует формированию навыков исследовательской работы, расширяет познавательные интересы, приучает критически мыслить. При написании доклада по заданной теме составляется план, подбираются основные источники. В процессе работы с источниками, систематизируют полученные сведения, делают выводы и обобщения.

Подготовка доклада требует от обучающегося большой самостоятельности и серьезной интеллектуальной работы, которая принесет наибольшую пользу, если будет включать с себя следующие этапы: изучение наиболее важных научных работ по данной теме, перечень которых дает сам преподаватель; анализ изученного материала, выделение наиболее значимых для раскрытия темы фактов, мнений разных ученых и научных положений; обобщение и логическое построение материала доклада, например, в форме развернутого плана; написание текста доклада с соблюдением требований научного стиля.

Построение доклада включает три части: вступление, основную часть и заключение. Во вступлении указывается тема доклада, устанавливается логическая связь ее с другими темами или место рассматриваемой проблемы среди других проблем, дается краткий обзор источников, на материале которых раскрывается тема и т. п. Основная часть должна иметь четкое логическое построение, в ней должна быть раскрыта тема доклада. В заключении обычно

подводятся итоги, формулируются выводы, подчеркивается значение рассмотренной проблемы и т. п.

Тестовые задания с инструкцией по выполнению

1. Задания открытого типа с развернутым ответом

Задание 1. Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ

1. Внимательно прочитать текст задания и понять суть вопроса.
2. Продумать логику и полноту ответа.
3. Записать ответ, используя четкие компактные формулировки.
4. В случае расчетной задачи, записать решение и ответ

Текст: «Р. Мертон различал явные и латентные функции социальных институтов. Для масс-медиа явной функцией является информирование, а латентной – формирование социального порядка через повторение одних и тех же новостных рамок.»

Вопрос: Приведите собственный пример латентной функции просмотра развлекательного телешоу. Почему эта функция считается латентной?

Ответ:

Задание 2. Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ

1. Внимательно прочитать текст задания и понять суть вопроса.
2. Продумать логику и полноту ответа.
3. Записать ответ, используя четкие компактные формулировки.
4. В случае расчетной задачи, записать решение и ответ

Текст: «Теория зависимости от медиа утверждает, что чем больше человек полагается на СМИ для удовлетворения своих потребностей, тем сильнее влияние медиа на его взгляды.»

Вопрос: В какой ситуации зависимость аудитории от медиа резко возрастает? Назовите одну причину и объясните.

Ответ:

Задание 3. Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ

1. Внимательно прочитать текст задания и понять суть вопроса.
2. Продумать логику и полноту ответа.
3. Записать ответ, используя четкие компактные формулировки.
4. В случае расчетной задачи, записать решение и ответ

Текст: «Критический дискурс-анализ изучает, как в языковых практиках медиа воспроизводятся властные отношения.»

Вопрос: Какой вопрос должен задать социолог, применяя критический дискурс-анализ к новости о забастовке рабочих?

Ответ:

Кейсы

Кейс 1

Ситуация: Социальный работник помогает семье, где отец потерял работу после просмотра «мотивационных тренингов» в YouTube, которые обещали быстрое обогащение. Он вложил последние сбережения в сомнительный проект. Жена говорит: «Он целыми днями смотрит это, верит каждому слову. Как его переубедить?»

Задание: Какая теория из темы 2 (теория зависимости от медиа или концепция гегемонии) лучше объясняет поведение отца? Обоснуйте.

Ответ:

Кейс 2

Ситуация: В группе психологической поддержки для матерей-одиночек участницы обсуждают, что «все ток-шоу по ТВ показывают, что одинокие матери – это проблема общества, они воспитывают преступников». Ведущая группы замечает, что под влиянием этих передач женщины начали испытывать стыд и вину.

Задание: Используя понятия «явные и латентные функции» Р. Мертона, выделите явную (заявленную) и латентную (скрытую) функцию таких ток-шоу. Как социальному психологу противостоят латентной функции?

Ответ:

Кейс 3

Ситуация: Сотрудник социальной службы заметил, что среди подростков из неблагополучных семей популярен блогер, который утверждает: «Государство вам ничего не должно, не верьте соцработникам, они враги». Подростки начинают избегать помощи, пропускать занятия.

Задание: Как концепция «идеологической гегемонии» А. Грамши объясняет влияние этого блогера? Какое контр-действие может предпринять социальный работник с опорой на идею «контрпропаганды»?

Ответ:

Индивидуальное творческое задание:

Разработайте схему-памятку «Как распознать манипуляцию в социальной рекламе и новостях о социальной помощи». Включите 4–5 маркеров (например, «акцент на единичных трагических случаях вместо статистики»).

Групповое творческое задание (4 человека):

Представьте, что вы – команда социального проекта. Вам нужно создать короткий (1–2 минуты) позитивный видеоролик о работе социального работника, который разрушает стереотип «социалка – бесполезна». Используйте приёмы, противоположные культурной индустрии (искренность, конкретные истории, отсутствие пафоса). Подготовьте сценарий и представьте его группе.

Ситуационная задача:

В чате родителей учеников начальной школы распространился фейк, что «прививки вызывают аутизм». Многие родители отказываются от вакцинации. Школьный психолог должен выступить на собрании. Как теория зависимости от медиа помогает понять, почему родители поверили фейку? Что психолог должен сказать в первую очередь?

Ответ:

Тема 3. Семиологические подходы в исследовании массовой коммуникации. Критическая традиция анализа массовой коммуникации (УК-3.1)

Вопросы для опроса (устно/письменно)

Вопрос 1. Что в семиотике Ф. де Соссюра означает пара «означающее – означаемое»? Приведите пример рекламного знака.

Правильный ответ:

Вопрос 2. Чем иконический знак отличается от символического по Ч. Пирсу?

Правильный ответ:

Вопрос 3. Что Р. Барт называл «мифологией» в анализе массовой коммуникации?

Правильный ответ:

Темы для доклада

1. От знака к мифу: анализ современной наружной рекламы через понятия Р. Барта.

2. Семиосфера Ю. Лотмана как модель объяснения медиасреды.
3. Франкфуртская школа о «культурной индустрии»: актуальна ли критика сегодня?

Методические рекомендации по подготовке доклада.

Подготовка доклада способствует формированию навыков исследовательской работы, расширяет познавательные интересы, приучает критически мыслить. При написании доклада по заданной теме составляется план, подбираются основные источники. В процессе работы с источниками, систематизируют полученные сведения, делают выводы и обобщения.

Подготовка доклада требует от обучающегося большой самостоятельности и серьезной интеллектуальной работы, которая принесет наибольшую пользу, если будет включать с себя следующие этапы: изучение наиболее важных научных работ по данной теме, перечень которых дает сам преподаватель; анализ изученного материала, выделение наиболее значимых для раскрытия темы фактов, мнений разных ученых и научных положений; обобщение и логическое построение материала доклада, например, в форме развернутого плана; написание текста доклада с соблюдением требований научного стиля.

Построение доклада включает три части: вступление, основную часть и заключение. Во вступлении указывается тема доклада, устанавливается логическая связь ее с другими темами или место рассматриваемой проблемы среди других проблем, дается краткий обзор источников, на материале которых раскрывается тема и т. п. Основная часть должна иметь четкое логическое построение, в ней должна быть раскрыта тема доклада. В заключении обычно подводятся итоги, формулируются выводы, подчеркивается значение рассмотренной проблемы и т. п.

Тестовые задания с инструкцией по выполнению

1. Задания комбинированного типа с выбором одного правильного ответа и обоснованием

Задание 5. Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа

1. Внимательно прочитайте текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов.

2. Внимательно прочитайте предложенные варианты ответа.

3. Выбрать один верный ответ.

4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа.

5. Записать аргументы, обосновывающие выбор ответа (например, 4 текст обоснования).

Текст: В ролике социальной рекламы показан мальчик, который кидает мусор мимо урны – на асфальт. Крупным планом – лицо прохожего с укоризной. Затем мальчик поднимает мусор. В конце слоган: «Чисто там, где уважают других».

Вопрос: Какой семиотический механизм работает в этом ролике с точки зрения Р. Барта?

А. Иконический знак

Б. Мифологизация через коннотации

В. Интерпелляция

Г. Стандартизация

Правильный ответ:

Пояснение:

Задание 6. Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа

1. Внимательно прочитайте текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов.

2. Внимательно прочитайте предложенные варианты ответа.

3. Выбрать один верный ответ.

4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа.

5. Записать аргументы, обосновывающие выбор ответа (например, 4 текст обоснования).

Текст: Исследователь анализирует, как телевизионная реклама шампуня говорит о «здоровье волос», но при этом показывает счастливую семью и карьерный успех женщины.

Вопрос: Какой подход позволяет объяснить, что реклама связывает продукт с несвязанными социальными смыслами (счастье, успех)?

- А. Семиологический подход (коннотации, миф)
- Б. Структурно-функциональный подход
- В. Теория зависимостей
- Г. Концепция культурной индустрии (только стандартизация)

Правильный ответ:

Пояснение:

3. Задания закрытого типа

Задание 7. Прочитайте текст, выберите правильный ответ

1. Внимательно прочитайте текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов.

2. Внимательно прочитайте предложенные варианты-ты ответа.

3. Выбрать один верный ответ.

4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа (например, 3 или В).

Вопрос: Кто автор понятий «предпочтительное, оппозиционное и негативное чтение» медиатекста?

- А. Р. Барт
- Б. У. Эко
- В. С. Холл
- Г. Ю. Лотман

Правильный ответ:

Кейсы

Кейс 1

Ситуация: На стенде в центре социальной помощи висит плакат: «Помогите детям-сиротам!» На плакате – черно-белая фотография грустного мальчика с разбитой игрушкой. Подопечные центра говорят, что им неприятно смотреть на этот плакат, он вызывает чувство вины, а не желание помочь.

Задание: Проведите семиологический анализ плаката по Р. Барту: что является денотацией, какие коннотации возникают? Почему плакат может быть неэффективным?

Ответ:

Кейс 2

Ситуация: Социальный педагог работает с девочкой-мигранткой 12 лет. Девочка говорит, что одноклассники дразнят её, повторяя фразы из телевизора: «Понаехали тут», «Гости столицы». Педагог понимает, что в медиа формируется определённый образ мигрантов.

Задание: Применив теорию кодирования/декодирования С. Холла, определите, какое прочтение (предпочтительное или оппозиционное) демонстрируют одноклассники? А сама девочка? Как педагогу использовать это знание?

Ответ:

Кейс 3

Ситуация: Молодой специалист по социальной работе готовит презентацию о профилактике буллинга. Он хочет использовать в слайдах мемы, чтобы привлечь внимание подростков. Но старший коллега предупреждает, что мемы могут быть «контрпродуктивны».

Задание: Что с точки зрения Франкфуртской школы (культурная индустрия) плохого в использовании мемов в социальной работе? Какой компромисс можно предложить?

Ответ:

Индивидуальное творческое задание:

Найдите любую социальную рекламу (в интернете или на улице). Проведите её семиотический анализ: опишите денотацию, выявите 2–3 коннотации, определите, какой «миф» она создаёт. Напишите вывод: эффективна ли она?

Групповое творческое задание (3 человека):

Вы – команда социального проекта против домашнего насилия. Предложите два разных слогана для одной и той же кампании: один – основанный на рациональных аргументах, другой – на эмоциональном воздействии. Объясните, как каждый слоган может быть интерпретирован разными аудиториями (по С. Холлу).

Ситуационная задача:

Психолог заметил, что в подростковой группе популярен мем с лицом девушки, которая плачет, а подпись: «Когда получила двойку, но мама всё равно любит». Психолог хочет использовать этот мем для разговора о чувствах. В чём опасность такого подхода?

Правильный ответ:

Тема 4. Средства массовой коммуникации в постмодернистской перспективе. Социология эффектов массовой коммуникации (УК-3.1)

Вопросы для опроса (устно/письменно)

Вопрос 1. Что Ж. Бодрийяр называет «симулякром» и «гиперреальностью»? Приведите пример из современных социальных сетей.

Правильный ответ:

Вопрос 2. Почему Ж. Лиотар назвал постмодерн «недоверием к метанарративам»? Как это связано с СМК?

Правильный ответ:

Вопрос 3. В чём суть теории культивации Дж. Гербнера? Какой эффект она описывает?

Правильный ответ:

Темы для доклада

1. Симулякры в современной политической рекламе: от образа лидера к гиперреальности.

2. Критика метанарративов в постмодернистских сериалах («Чёрное зеркало», «Мистер Робот»).

3. Эволюция теорий эффектов массовой коммуникации: от «магической пули» к праймингу.

Методические рекомендации по подготовке доклада.

Подготовка доклада способствует формированию навыков исследовательской работы, расширяет познавательные интересы, приучает критически мыслить. При написании доклада по заданной теме составляется план, подбираются основные источники. В процессе работы с источниками, систематизируют полученные сведения, делают выводы и обобщения.

Подготовка доклада требует от обучающегося большой самостоятельности и серьезной интеллектуальной работы, которая принесет наибольшую пользу, если будет включать с себя следующие этапы: изучение наиболее важных научных работ по данной теме, перечень которых дает сам преподаватель; анализ изученного материала, выделение наиболее значимых для раскрытия темы фактов, мнений разных ученых и научных положений; обобщение и логическое построение материала доклада, например, в форме развернутого плана; написание текста доклада с соблюдением требований научного стиля.

Построение доклада включает три части: вступление, основную часть и заключение. Во

вступлении указывается тема доклада, устанавливается логическая связь ее с другими темами или место рассматриваемой проблемы среди других проблем, дается краткий обзор источников, на материале которых раскрывается тема и т. п. Основная часть должна иметь четкое логическое построение, в ней должна быть раскрыта тема доклада. В заключении обычно подводятся итоги, формулируются выводы, подчеркивается значение рассмотренной проблемы и т. п.

Тестовые задания с инструкцией по выполнению

3. Задания закрытого типа

Задание 7. Прочитайте текст, выберите правильный ответ

1. Внимательно прочитайте текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов.

2. Внимательно прочитайте предложенные варианты ответа.

3. Выбрать один верный ответ.

4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа (например, 3 или В).

Вопрос: Кто из перечисленных авторов ввёл понятие «фрейминг» в социологию массовых коммуникаций (в развитие идей И. Гоффмана)?

А. Э. Ноэль-Нойман

Б. М. МакКомбс и Д. Шоу

В. Р. Энтиан (также Гоффман)

Г. Ж. Бодрийяр

Правильный ответ:

Задание 8. Прочитайте текст, выберите правильные ответы

1. Внимательно прочитайте текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается несколько правильных ответов из предложенных вариантов.

2. Внимательно прочитайте предложенные варианты ответа.

3. Выбрать несколько правильных ответов.

4. Записать только номера (или буквы) выбранного варианта ответа (например, 1 4 или А Г).

Вопрос: Какие два утверждения соответствуют постмодернистскому подходу к медиа (Бодрийяр, Лиотар, Джеймисон)?

А. Существует единая истина, которую медиа должны транслировать

Б. Граница между реальностью и её медийным образом исчезает (гиперреальность)

В. Медиа способствуют прогрессу человечества через разумную аргументацию

Г. Доверие к «большим нарративам» (прогресс, освобождение) разрушено

Правильные ответы:

Задание 9. Прочитайте текст и установите последовательность

1. Внимательно прочитайте текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается последовательность элементов.

2. Внимательно прочитайте предложенные варианты ответа.

3. Построить верную последовательность из предложенных элементов.

4. Записать буквы/цифры (в зависимости от задания) вариантов ответа в нужной последовательности (например, БВА или 135).

Вопрос: Расположите концепции в хронологическом порядке (от самой ранней к самой поздней):

А. Теория «магической пули» (однаправленное мощное воздействие)

Б. Теория культивации (долгосрочное формирование картины мира)

В. Теория ограниченных эффектов (двухступенчатый поток, лидеры мнений)

Г. Теория установления повестки дня (медиа говорят, о чём думать)

Правильный ответ:

Кейсы

Кейс 1

Ситуация: Подросток из неблагополучной семьи проводит по 10 часов в день в виртуальной реальности (VR-игра). Мать жалуется социальному работнику: «Он говорит, что настоящая жизнь там, а здесь всё ненастоящее. Он перестал есть нормально, друзей потерял».

Задание: Используя понятие «гиперреальность» Ж. Бодрийера, объясните, что происходит с восприятием подростка. Какую стратегию предложит социальный работник?

Ответ:

Кейс 2

Ситуация: В новостях постоянно говорят о «волне мошенничества»: как пожилые люди переводят деньги лже-полицейским. Социальный психолог провел анкетирование и обнаружил, что пенсионеры, которые смотрят новости каждый день, называют вероятность стать жертвой в 4 раза выше, чем те, кто смотрит редко.

Задание: Какая теория эффектов (культивация Дж. Гербнера) объясняет этот феномен? Приведите один аргумент в пользу того, что страх может быть полезен или вреден в социальной работе.

Ответ:

Кейс 3

Ситуация: В социальной сети среди родителей школьников началась дискуссия о новом учебном плане. Одна группа родителей активно высказывается против, другая – за. Большинство же родителей молчит. Психолог проводит анонимный опрос и выясняет, что на самом деле 80% родителей поддерживают план, но боятся выразить мнение из-за агрессии активистов.

Задание: Как теория «спирали молчания» Э. Ноэль-Нойман объясняет эту ситуацию? Как психологу «раскрутить» спираль обратно?

Ответ:

Индивидуальное творческое задание:

Опишите три ситуации из вашей будущей профессиональной практики, где вы можете столкнуться с эффектом прайминга (медиа задают критерии оценки). Предложите, как нейтрализовать этот эффект в беседе с клиентом.

Групповое творческое задание (4 человека):

Разработайте сценарий короткого (1 минута) видео для социальных сетей, которое помогает распознать «спираль молчания» в школьном классе (например, когда никто не признаётся, что ему нравится чтение, потому что «все» говорят, что читать – скучно). Видео должно содержать конкретный совет.

Ситуационная задача:

Социальный работник замечает, что после просмотра новостей о терактах его подопечные (беженцы) становятся тревожнее и избегают общественных мест. Какие два теоретических понятия из темы 4 (минимум) помогут ему объяснить это и разработать тактику поддержки?

Правильный ответ:

Тема 5. Методологические и методические особенности исследования аудитории и текстов массовой коммуникации (УК-3.1)

Вопросы для опроса (устно/письменно)

Вопрос 1. Чем качественные методы исследования аудитории отличаются от количественных? Назовите одно преимущество и один недостаток каждого подхода.

Правильный ответ:

Вопрос 2. Что такое «операционализация понятий» в проектировании медиаисследования? Приведите пример.

Правильный ответ:

Вопрос 3. Назовите два метода анализа медиатекстов, которые относятся к качественным, и кратко опишите их суть.

Правильный ответ:

Темы для доклада

1. Сочетание количественных и качественных методов в исследовании молодёжной аудитории TikTok.
2. Проблема репрезентативности в онлайн-опросах: как избежать смещений.
3. Метод фокус-групп в медиаисследованиях: процедура и типичные ошибки.

Методические рекомендации по подготовке доклада.

Подготовка доклада способствует формированию навыков исследовательской работы, расширяет познавательные интересы, приучает критически мыслить. При написании доклада по заданной теме составляется план, подбираются основные источники. В процессе работы с источниками, систематизируют полученные сведения, делают выводы и обобщения.

Подготовка доклада требует от обучающегося большой самостоятельности и серьёзной интеллектуальной работы, которая принесет наибольшую пользу, если будет включать с себя следующие этапы: изучение наиболее важных научных работ по данной теме, перечень которых даёт сам преподаватель; анализ изученного материала, выделение наиболее значимых для раскрытия темы фактов, мнений разных ученых и научных положений; обобщение и логическое построение материала доклада, например, в форме развернутого плана; написание текста доклада с соблюдением требований научного стиля.

Построение доклада включает три части: вступление, основную часть и заключение. Во вступлении указывается тема доклада, устанавливается логическая связь ее с другими темами или место рассматриваемой проблемы среди других проблем, дается краткий обзор источников, на материале которых раскрывается тема и т. п. Основная часть должна иметь четкое логическое построение, в ней должна быть раскрыта тема доклада. В заключении обычно подводятся итоги, формулируются выводы, подчеркивается значение рассмотренной проблемы и т. п.

Тестовые задания с инструкцией по выполнению

Задание 8. Прочитайте текст, выберите правильные ответы

1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается несколько правильных ответов из предложенных вариантов.

2. Внимательно прочитать предложенные варианты-ты ответа.

3. Выбрать несколько правильных ответов.

4. Записать только номера (или буквы) выбранного варианта ответа (например, 1 4 или А Г).

Вопрос: Какие два метода относятся к методам исследования **аудитории** массовой коммуникации?

А. Фокус-группа

Б. Контент-анализ заголовков

В. Анализ цифровых следов (big data)

Г. Семиотический анализ рекламы

Правильные ответы:

Задание 9. Прочитайте текст и установите последовательность

1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается последовательность элементов.
2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.
3. Построить верную последовательность из предложенных элементов.
4. Записать буквы/цифры (в зависимости от задания) вариантов ответа в нужной последовательности (например, БВА или 135).

Вопрос: Расположите этапы в логическом порядке:

- А. Сбор данных
- Б. Формулировка цели и гипотез
- В. Операционализация понятий
- Г. Построение выборки и выбор методов

Правильный ответ:

Задание 10. Прочитайте текст и установите соответствие

1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидаются пары элементов.
2. Внимательно прочитать оба списка: список 1 – вопросы, утверждения, факты, понятия и т.д.; список 2 – утверждения, свойства объектов и т.д.
3. Сопоставить элементы списка 1 с элементами списка 2, сформировать пары элементов.
4. Записать попарно буквы и цифры (в зависимости от задания) вариантов ответа (например, А1 или Б4).

Вопрос: установите соответствие между методом и его характеристикой

Метод	Тип / характеристика
А. Анализ фреймов	1. Количественный анализ текста через подсчёт категорий
Б. Дневниковая панель	2. Качественный анализ способов подачи события (рамок)
В. Контент-анализ	3. Участники фиксируют своё медиапотребление в течение времени
Г. Интент-анализ	4. Выявление намерений и мотивов автора текста

Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:

А	Б	В	Г

Правильный ответ:

Кейсы

Кейс 1

Ситуация: Сотрудник благотворительного фонда хочет выяснить, почему люди перестали жертвовать на программу помощи бездомным. Он предлагает разослать анкету в соцсетях фонда. Коллега говорит, что это нерепрезентативная выборка.

Задание: Почему выборка из подписчиков соцсетей фонда может быть смещённой? Какой метод сбора данных лучше использовать, чтобы понять мнение всех доноров (включая тех, кто уже не жертвует)?

Ответ:

Кейс 2

Ситуация: Психолог хочет проанализировать, как в местной газете изображаются люди с психическими расстройствами (шизофрения, депрессия). Он решает подсчитать количество слов «опасный», «агрессивный», «сумасшедший» за год.

Задание: Какой метод анализа медиатекстов он использует (назовите)? В чём ограничение этого метода для понимания контекста?

Ответ:

Кейс 3

Ситуация: Социальный работник проводит фокус-группу с подростками из группы риска об их отношении к рекламе наркотиков в интернете. Участники дают социально желательные ответы («я никогда не смотрю», «это глупо»). Модератор чувствует, что теряет искренность.

Задание: Предложите два конкретных приёма, чтобы снизить эффект социальной желательности в фокус-группе. Какой метод (кроме фокус-группы) можно использовать для валидации данных?

Ответ:

Индивидуальное творческое задание:

Составьте гайд (план, список вопросов) для полуструктурированного интервью с пожилым человеком на тему «Как я узнаю новости и определяю, кому верить?» (не более 10 вопросов).

Групповое творческое задание (3–4 человека):

Спроектируйте мини-исследование: нужно выяснить, почему жители дома-интерната для престарелых не смотрят новые образовательные программы по ТВ. Выберите два метода (один количественный, один качественный), обоснуйте выбор, опишите процедуру. Представьте устно (3 минуты).

Ситуационная задача:

Исследователь разослал анкету в чаты многодетных матерей и сделал вывод, что «80% многодетных матерей не доверяют соцслужбам». В чём проблема такого вывода?

Правильный ответ:

Тема 6. Влияние масс медиа на общественное сознание. СМК как субъект конфликтного взаимодействия (УК-3.1, УК-3.2)

Вопросы для опроса (устно/письменно)

Вопрос 1. Что У. Липпман называл «стереотипизацией» в контексте влияния СМИ на общественное сознание?

Правильный ответ:

Вопрос 2. Назовите три модели поведения СМК в социальном конфликте (классификация).

Правильный ответ:

Вопрос 3. Что означает понятие «постистина» (post-truth) применительно к медиа и политическим конфликтам?

Правильный ответ:

Вопрос 4. Назовите не менее трёх нормативных актов, регулирующих командную работу социального работника в ситуации информационного конфликта.

Правильный ответ:

Вопрос 5. Опишите социально-психологический механизм распределения ролей в команде при подготовке антикризисного пресс-релиза.

Правильный ответ:

Вопрос 6. Приведите пример из практики, где личная ответственность члена команды повлияла на конечный результат коммуникации с массовой аудиторией.

Правильный ответ:

Темы для доклада

1. Механизмы стереотипизации в новостях о мигрантах (на примере трёх федеральных каналов).
2. Мифологизация исторических событий в российском кинематографе: функции и приёмы.
3. Медиа как провокатор межэтнических конфликтов: анализ комментариев в социальных сетях.

Методические рекомендации по подготовке доклада.

Подготовка доклада способствует формированию навыков исследовательской работы, расширяет познавательные интересы, приучает критически мыслить. При написании доклада по заданной теме составляется план, подбираются основные источники. В процессе работы с источниками, систематизируют полученные сведения, делают выводы и обобщения.

Подготовка доклада требует от обучающегося большой самостоятельности и серьезной интеллектуальной работы, которая принесет наибольшую пользу, если будет включать с себя следующие этапы: изучение наиболее важных научных работ по данной теме, перечень которых дает сам преподаватель; анализ изученного материала, выделение наиболее значимых для раскрытия темы фактов, мнений разных ученых и научных положений; обобщение и логическое построение материала доклада, например, в форме развернутого плана; написание текста доклада с соблюдением требований научного стиля.

Построение доклада включает три части: вступление, основную часть и заключение. Во вступлении указывается тема доклада, устанавливается логическая связь ее с другими темами или место рассматриваемой проблемы среди других проблем, дается краткий обзор источников, на материале которых раскрывается тема и т. п. Основная часть должна иметь четкое логическое построение, в ней должна быть раскрыта тема доклада. В заключении обычно подводятся итоги, формулируются выводы, подчеркивается значение рассмотренной проблемы и т. п.

Тестовые задания с инструкцией по выполнению

2. Задания комбинированного типа с выбором одного правильного ответа и обоснованием

Задание 5. Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа

1. Внимательно прочитайте текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов.

2. Внимательно прочитайте предложенные варианты ответа.

3. Выбрать один верный ответ.

4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа.

5. Записать аргументы, обосновывающие выбор ответа (например, 4 текст обоснования).

Текст: Во время протестов в городе телеканал постоянно транслирует кадры разбитых витрин и горящих машин, почти не показывая мирные митинги и переговоры властей с организаторами.

Вопрос: Какую модель поведения СМК в конфликте иллюстрирует этот пример?

А. Арбитр

Б. Адвокат

В. Провокатор
Г. Сторожевой пёс
Правильный ответ:
Пояснение:

Задание 6. Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа

1. Внимательно прочитайте текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов.

2. Внимательно прочитайте предложенные варианты ответа.

3. Выбрать один верный ответ.

4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа.

5. Записать аргументы, обосновывающие выбор ответа (например, 4 текст обоснования).

Текст: Исследователь хочет выяснить, как в трудовом коллективе распространяется новость о грядущих сокращениях, прочитанная в провластной газете. Он предполагает, что мнение неформального лидера будет важнее прямого воздействия статьи.

Вопрос: Какой теоретический концепт он использует?

А. Теория культивации

Б. Двухступенчатый поток коммуникации (П. Лазарсфельд)

В. Теория спирали молчания

Г. Концепция идеологической гегемонии

Правильный ответ:

Пояснение:

3. Задания закрытого типа

Задание 7. Прочитайте текст, выберите правильный ответ

1. Внимательно прочитайте текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов.

2. Внимательно прочитайте предложенные варианты ответа.

3. Выбрать один верный ответ.

4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа (например, 3 или В).

Вопрос: Кто ввёл понятие «стереотип» применительно к медиавлиянию в книге «Общественное мнение»?

А. Г. Лассуэлл

Б. У. Липпман

В. Э. Бернейс

Г. С. Холл

Правильный ответ:

Кейсы

Кейс 1

Ситуация: В городе возник конфликт между местными жителями и мигрантами из-за строительства общежития. Местный телеканал каждый вечер показывает интервью только с «коренными» жителями, которые жалуются на «опасность и грязь», и не даёт слова мигрантам. Конфликт обостряется.

Задание: Какие модели поведения СМК в конфликте демонстрирует телеканал? Назовите не менее двух. Какие действия должен предпринять социальный работник-медиатор?

Ответ:

Кейс 2

Ситуация: Психолог работает с семьёй, где отец постоянно смотрит политические ток-шоу, где обсуждают «предательство элит». Он стал агрессивным, нападает на членов семьи, если они не согласны. Мать говорит: «он раньше не был таким, это телевизор его изменил».

Задание: Какой механизм влияния СМИ на сознание (стереотипизация, мифологизация, персуазивная коммуникация, пропаганда) здесь работает? Что можно предложить семье в рамках социально-психологической помощи?

Ответ:

Кейс 3

Ситуация: Социальный работник участвует в разрешении конфликта между двумя национальными диаспорами в городе. Стороны обвиняют друг друга в том, что «их СМИ разжигают ненависть». Обе стороны ссылаются на фейковые новости.

Задание: Что такое «информационная война» в контексте этого конфликта? Назовите два шага для деэскалации с использованием медиастратегий.

Ответ:

Деловая игра 1. «Медиаштаб»: распределение ролей (руководитель, пресс-секретарь, юрист, социальный работник, психолог), совместная выработка сообщения для публикации в условиях дефицита времени и информационной атаки.

Деловая игра 2. «Конфликт»: Моделирование конфликта: команда социальных работников взаимодействует с журналистом, публикующим недостоверные данные. Отработка алгоритма согласованных действий с фиксацией личного вклада каждого участника.

Деловая игра 3. «Пресс-релиз»: социальный работник в составе команды готовит официальный комментарий для СМИ по конфликтной ситуации. Отработка соблюдения установленных правил и норм командной работы.

Индивидуальное творческое задание:

Представьте, что вы – социальный работник, и вам нужно подготовить тренинг для волонтеров на тему «Как выявлять фейковые новости о социальных группах (мигранты, люди с инвалидностью)». Составьте список из 5 вопросов, которые волонтер должен задать себе, читая новость.

Групповое творческое задание (4–5 человек):

Разыграйте короткую сценку «Медиация в конфликте между двумя соседями, раздуть блогером». Один участник – блогер (провокатор), два – соседи, один – социальный работник-медиатор, который использует медиастратегии (предлагает записать совместное видео, разоблачающее блогера). Продолжительность – 5 минут.

Ситуационная задача: В детском доме подростки перестали доверять воспитателям после того, как увидели в интернете ролик «Как соцслужбы обманывают сирот». Воспитатели в панике. Как, используя понятие «медиаконструирование социальных проблем», объяснить, что произошло?

Правильный ответ:

Ситуационное задание «Ответственность за общий результат»: анализ ошибок в командной коммуникации, которые привели к искажению информации в СМИ, и их исправление с осознанным выполнением своей роли.

Тема 7. Медиакампании (УК-3.1)

Вопросы для опроса (устно/письменно)

Вопрос 1. Назовите три типа медиакампаний по целям и приведите пример каждого.

Правильный ответ:

Вопрос 2. Что такое медиаплан? Какие два основных показателя в нём рассчитываются?

Правильный ответ:

Вопрос 3. Чем коммуникативная эффективность медиакампании отличается от поведенческой? Приведите пример.

Правильный ответ:

Темы для доклада

1. Кейс-анализ успешной социальной медиакампании («Позвоните родителям», «Спасибо за отказ» и др.).
2. Сравнение предвыборных кампаний в традиционных СМИ и TikTok (на примере выборов 2024 г.).
3. Методы оценки эффективности медиакампаний: GRP, CTR, ROMI – что и когда использовать.

Методические рекомендации по подготовке доклада.

Подготовка доклада способствует формированию навыков исследовательской работы, расширяет познавательные интересы, приучает критически мыслить. При написании доклада по заданной теме составляется план, подбираются основные источники. В процессе работы с источниками, систематизируют полученные сведения, делают выводы и обобщения.

Подготовка доклада требует от обучающегося большой самостоятельности и серьезной интеллектуальной работы, которая принесет наибольшую пользу, если будет включать с себя следующие этапы: изучение наиболее важных научных работ по данной теме, перечень которых дает сам преподаватель; анализ изученного материала, выделение наиболее значимых для раскрытия темы фактов, мнений разных ученых и научных положений; обобщение и логическое построение материала доклада, например, в форме развернутого плана; написание текста доклада с соблюдением требований научного стиля.

Построение доклада включает три части: вступление, основную часть и заключение. Во вступлении указывается тема доклада, устанавливается логическая связь ее с другими темами или место рассматриваемой проблемы среди других проблем, дается краткий обзор источников, на материале которых раскрывается тема и т. п. Основная часть должна иметь четкое логическое построение, в ней должна быть раскрыта тема доклада. В заключении обычно подводятся итоги, формулируются выводы, подчеркивается значение рассмотренной проблемы и т. п.

Тестовые задания с инструкцией по выполнению

1. Задания открытого типа с развернутым ответом

Задание 1. Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ

1. Внимательно прочитать текст задания и понять суть вопроса.
2. Продумать логику и полноту ответа.
3. Записать ответ, используя четкие компактные формулировки.
4. В случае расчетной задачи, записать решение и ответ

Текст: «Социально-ориентированный проект "Безопасный интернет" планирует медиакампанию для родителей подростков 12–14 лет. Цель – снизить риск вовлечения детей в деструктивные группы. Бюджет кампании – 50 000 руб., команда – 4 человека (социолог, дизайнер, SMM-менеджер, психолог). Ресурсное ограничение: нет возможности размещать платную рекламу на ТВ.»

Вопрос: Сформулируйте гипотезу решения проблемы (какой эффект и как будет достигнут) с учётом ограничений. Укажите один канал коммуникации, доступный команде.

Ответ:

2. Задания комбинированного типа с выбором одного правильного ответа и обоснованием

Задание 5. Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа

1. Внимательно прочитайте текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов.

2. Внимательно прочитайте предложенные варианты ответа.

3. Выбрать один верный ответ.

4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа.

5. Записать аргументы, обосновывающие выбор ответа (например, 4 текст обоснования).

Текст: Медиакампания по сбору средств для приюта животных разместила баннеры с текстом: «Помогите нам – 100 рублей спасут жизнь». CTR (кликабельность) баннера составил 0,5%, но при этом пожертвования выросли в 10 раз по сравнению с прошлым месяцем.

Вопрос: Какая метрика лучше отражает реальный успех кампании?

А. CTR

Б. Охват

В. Поведенческая эффективность (сумма донатов)

Г. Запоминаемость слогана

Правильный ответ:

Пояснение:

Задание 6. Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа

1. Внимательно прочитайте текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов.

2. Внимательно прочитайте предложенные варианты ответа.

3. Выбрать один верный ответ.

4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа.

5. Записать аргументы, обосновывающие выбор ответа (например, 4 текст обоснования).

Текст: Команда разрабатывает паспорт социального проекта «Медиаграмотные родители». В проект входят: социолог (знает методы опросов), психолог (знает детскую аудиторию), журналист (умеет писать тексты), студент-волонтер (желание помогать). Ресурсное ограничение: нет денег на платные соцсети.

Вопрос: Какой этап медиакампании потребует наибольшей корректировки из-за отсутствия бюджета на платное продвижение?

А. Целеполагание

Б. Медиаплан (выбор каналов)

В. Креативная стратегия

Г. Оценка эффективности

Правильный ответ:

Кейсы

Кейс 1

Ситуация: Благотворительный фонд запускает кампанию «Поможем одиноким старикам». Они создали душераздирающий видеоролик: старушка плачет и протягивает руку. Собрали 50 000 рублей. В следующем году они делают ролик, где старушка улыбается и говорит спасибо тем, кто помог, и собирают 200 000 рублей.

Задание: Какой вывод об эффективности кампаний можно сделать с точки зрения коммуникативной и поведенческой эффективности? Почему второй ролик сработал лучше с этической точки зрения?

Ответ:

Кейс 2

Ситуация: Социальный работник готовит кампанию против курения среди подростков. Бюджет – 0 рублей, команда – 3 волонтера. Цель: снизить количество курящих на 10% за 3 месяца в одной школе.

Задание: Предложите гипотезу такой кампании (формат «Если мы сделаем X, то Y изменится на Z%»), учитывая ресурсные ограничения. Укажите два бесплатных канала коммуникации.

Ответ:

Кейс 3

Ситуация: НКО провела медиакампанию по сбору средств на лечение ребёнка. Они разместили баннеры с фотографией больного ребёнка и текстом «Срочно! Нужны деньги!». Сбор прошёл успешно, но через месяц в соцсетях разразился скандал: пользователи обвинили НКО в «стыдной рекламе» и нарушении права ребёнка на частную жизнь.

Задание: Какое этическое нарушение было допущено? Как следовало провести кампанию, чтобы избежать обвинений?

Ответ:

Индивидуальное творческое задание:

Разработайте паспорт (проектную карточку) социальной медиакампании «Скажем буллингу НЕТ» для среднестатистической школы. Укажите: цель (поведенческая), целевую аудиторию (3 характеристики), 2 канала коммуникации, 2 ключевых показателя (один – коммуникативный, другой – поведенческий), тайминг (2 недели), бюджет – условно 5000 руб.

Групповое творческое задание (3–4 человека):

Придумайте концепцию (креативную стратегию) для социальной рекламы, направленной на привлечение волонтеров в центр для бездомных. Выберите целевую аудиторию (например, студенты). Сделайте эскиз постера (можно схематично на бумаге) и напишите слоган. Презентуйте группе.

Ситуационная задача:

После медиакампании по сбору средств в приют для животных метрики показали: CTR – 0,3%, но сумма пожертвований выросла в 15 раз. Какой вывод нужно сделать?

Правильный ответ:

5.3. Один или несколько тематических блоков дисциплины завершаются контрольной точкой (далее – КТ). Текущий контроль успеваемости по дисциплине предусматривает не менее 2 (двух) и не более 10 (десяти) КТ в течение периода освоения дисциплины.

Максимальное количество баллов за любой тип работ в рамках КТ составляет 100 (сто) баллов.

Распределение весовых коэффициентов по КТ в рамках текущего контроля успеваемости по дисциплине и формулы расчета:

Наименование контрольной точки	Максимальное количество баллов за работу в рамках КТ, которое может набрать обучающийся	Коэффициент веса контрольной точки	Результат контрольной точки, участвующий в формировании итоговой балльной оценки по дисциплине (отражается в журнале БРС в СДО)
КТ 1	100	0,2	20
КТ 2	100	0,1	10

Итого:	x	0,3	30
--------	---	-----	----

Формула расчета результата контрольной точки:

Результат контрольной точки = Количество баллов за работу в рамках КТ X Коэффициент веса контрольной точки.

5.4 Формы текущего контроля успеваемости обучающихся в рамках КТ и типовые оценочные материалы:

Раздел 1. Теоретико-методологические аспекты изучения массовой коммуникации КТ – 1.

Тема 1-4.

1. Чем массовая коммуникация отличается от межличностной? Приведите один пример (2 баллов) Эталонный ответ: Массовая коммуникация предполагает опосредованную передачу информации большим, анонимным, рассредоточенным аудиториям с использованием технических средств (СМИ, интернет), тогда как межличностная коммуникация – прямой контакт между небольшим числом людей. Пример: телепередача vs разговор двух друзей.

2. В чем заключается объект и предмет социологии массовых коммуникаций? (2 баллов) Эталонный ответ: Объект – массовая коммуникация как социальный процесс и институт. Предмет – закономерности функционирования и развития массовой коммуникации, её социальные функции, влияние на общественное сознание и поведение людей, взаимодействие с другими социальными институтами.

3. Перечислите четыре основные функции массовой коммуникации по Д. МакКуэйлу (или классической версии) (2 баллов) Эталонный ответ: Информационная (передача сведений), интегративная (объединение общества), рекреативная (развлечение, отдых), функция социального контроля (поддержание норм и ценностей).

4. Что такое «конвергенция» в современных медиа? Приведите пример. (2 баллов) Эталонный ответ: Конвергенция – процесс слияния различных медиаплатформ, технологий и контента (например, смартфон объединяет телефон, телевидение, радио, газету, интернет). Пример: новостной портал, где есть текст, видео, подкаст и комментарии.

5. Что в семиотике Ф. де Соссюра означает пара «означающее – означаемое»? Приведите пример рекламного знака (2 баллов) Эталонный ответ: Означающее – материальная форма знака (звук, изображение, слово), означаемое – мысленный образ или понятие. Пример: в рекламе кофе чашка с паром (означающее) вызывает понятие «бодрость, утро, удовольствие» (означаемое). Связь между ними условна и культурно обусловлена.

6. Что Р. Барт называл «мифологией» в анализе массовой коммуникации? (2 баллов) Эталонный ответ: Мифология – это система коннотативных значений, превращающая исторически сложившиеся смыслы в «естественные», вечные истины. Например, изображение улыбающейся семьи за ужином может мифологизировать «традиционные ценности» как единственно нормальные. Барт показывал, как денотация (буквальное значение) обрастает идеологическими коннотациями.

7. Назовите три признака «культурной индустрии» по Т. Адорно и М. Хоркхаймеру (2 баллов) Эталонный ответ: Стандартизация (повторяющиеся формы и сюжеты), псевдоиндивидуализация (иллюзия выбора, например «разные» поп-песни по одинаковой схеме) и отчуждение (зритель становится пассивным потребителем, а не творцом). Культурная индустрия подавляет критическое мышление.

8. Какие три типа «чтения» медиатекста выделяет С. Холл в теории кодирования/декодирования? (2 баллов) Эталонный ответ: Предпочтительное (зритель принимает доминирующий код), оппозиционное (сознательно отвергает, читает «против шерсти») и негативное (понимает, но не принимает, вырабатывает альтернативную интерпретацию). Холл показал, что аудитория активна и может сопротивляться идеологии медиа.

9. Что означает понятие «фрейминг» (framing) в социологии эффектов массовой коммуникации? (2 балла) Эталонный ответ: Фрейминг – это способ подачи информации через определённую рамку (фрейм), которая выделяет одни аспекты события и скрывает другие. Например, сообщение о протесте можно подать как «беспорядки» (фрейм угрозы) или как «гражданскую активность» (фрейм демократии). Фреймы влияют на то, как аудитория интерпретирует и оценивает событие.

10. Как теория «спирали молчания» Э. Ноэль-Нойман объясняет роль медиа в формировании общественного мнения? (2 балла) Эталонный ответ: Люди боятся социальной изоляции, поэтому они отслеживают, какое мнение доминирует в медиа (климат мнений). Если человек считает, что его взгляды в меньшинстве, он предпочитает молчать. Это заставляет «тихое» мнение казаться ещё более редким – спираль закручивается. Медиа задают тот «доминирующий» голос, который люди боятся оспаривать.

Критерии оценивания

Оценка выставляется путем суммирования баллов за каждый ответ согласно критериям.

2 балла – ответ полностью соответствует эталонному, студент демонстрирует понимание, все необходимые элементы присутствуют.

1 балл – ответ содержит неполноту, неточность, отсутствует пример или один из ключевых элементов, но основная идея верна.

0 баллов – ответ неверен, не по теме, либо отсутствует (или содержит грубые ошибки, искажающие суть).

№ вопроса	Критерии оценивания	Макс. балл
1	<p>2 балла – Дано полное, корректное определение отличий: указано на опосредованный характер передачи информации, использование технических средств, большая, анонимная, рассредоточенная аудитория; противопоставлен прямой контакт между небольшим числом людей. Приведён верный пример (например, телепередача vs разговор двух друзей; пост в соцсети vs беседа лицом к лицу).</p> <p>1 балл – Дано частично верное определение: указано на один-два признака отличия (например, только про технические средства или только про масштаб аудитории), но без полноты. ИЛИ определение верное, но пример отсутствует или приведён неверно. ИЛИ пример верный, но определение неполное или неточное.</p> <p>0 баллов – Определение отсутствует или полностью неверное (например, утверждается, что массовая коммуникация – это разговор двух людей). Пример не приведён или неверен. Ответ не по существу вопроса.</p>	2
2	<p>2 балла – Дано чёткое различие объекта и предмета. Объект определён как массовая коммуникация как социальный процесс и институт. Предмет раскрыт как закономерности функционирования и развития массовой коммуникации, её социальные функции, влияние на сознание и поведение, взаимодействие с другими институтами. Допускаются небольшие вариации в формулировках при сохранении смысла.</p> <p>1 балл – Дано только определение объекта или только предмета (без указания другого). ИЛИ определены оба понятия, но одно из них раскрыто неполно (например, предмет назван, но перечислены не все ключевые аспекты). ИЛИ определения даны, но не разграничены</p>	2

	<p>(смешиваются объект и предмет).</p> <p>0 баллов – Ответ отсутствует, либо объект и предмет не названы или названы неверно (например, предмет определён как «изучение газет»). Существенная ошибка в понимании базовых категорий.</p>	
3	<p>2 балла – Названы все четыре функции в любом порядке: информационная, интегративная, рекреативная, социального контроля. Допускается краткое пояснение каждой (но не обязательно). Формулировки могут быть близкими по смыслу (например, «развлекательная» вместо «рекреативная»).</p> <p>1 балл – Названы только 2–3 функции из четырёх. ИЛИ названы все четыре, но одна из них неверна (например, указана «экономическая» вместо какой-либо). ИЛИ перечислены функции, но без указания их названий (только описания, не позволяющие идентифицировать).</p> <p>0 баллов – Названа одна функция или ни одной. ИЛИ перечислены функции, не относящиеся к массовой коммуникации (например, «функция дыхания»). Ответ полностью неверный или отсутствует.</p>	2
4	<p>2 балла – Дано верное определение: процесс слияния различных медиаплатформ, технологий, контента. ИЛИ указано на объединение ранее разных функций в одном устройстве/сервисе. Приведён корректный пример (смартфон как «комбайн», новостной портал с видео/текстом/подкастом, мессенджер с функциями соцсети и т.п.). Определение и пример соответствуют друг другу.</p> <p>1 балл – Дано определение, но оно неполное (например, только про слияние технологий без упоминания контента или платформ). ИЛИ определение верное, но пример отсутствует. ИЛИ пример приведён, но не соответствует определению (например, приведён пример просто нового медиа, без указания конвергенции). ИЛИ пример верный, но определение нечеткое.</p> <p>0 баллов – Определение отсутствует или неверное (например, «конвергенция – это переход на цифровое вещание»). Пример не приведён или неверен. Ответ не раскрывает понятие.</p>	2
5	<p>2 балла – Дано корректное объяснение: означающее – материальная форма знака (звук, изображение, слово), означаемое – мысленный образ или понятие. Приведён конкретный пример из рекламы, где обозначены оба элемента (например, «чашка с паром» – означающее, «бодрость» – означаемое). Связь между ними охарактеризована как условная/культурно обусловленная (не обязательно, но желательно).</p> <p>1 балл – Дано определение только одного из элементов (только означающее или только означаемое). ИЛИ определение верное, но пример рекламного знака отсутствует или не раскрывает пару (просто назван знак без разделения). ИЛИ пример приведён, но термины перепутаны (означающее названо означаемым).</p> <p>0 баллов – Понятия не раскрыты или раскрыты неверно (например, «означающее – это то, что значит слово»). Пример отсутствует или не из рекламы (например, дорожный знак – не рекламный). Ответ не соответствует теме семиотики.</p>	2
6	<p>2 балла – Дано верное определение: мифология – система коннотативных значений, превращающая исторически</p>	2

	<p>обусловленные смыслы в «естественные», вечные истины. Раскрыта связь с денотацией/коннотацией (или приведён пример мифа, например, «семья за ужином как норма»). Показана идеологическая функция мифологии.</p> <p>1 балл – Определение дано, но неполное: например, указано только на «естественность» смыслов без упоминания коннотации или примера. ИЛИ приведён пример мифа, но без чёткого определения понятия. ИЛИ понятие объяснено только через «второй порядок означивания» без конкретизации.</p> <p>0 баллов – Понятие не раскрыто или раскрыто неверно (например, «мифология – это изучение древних мифов»). Ответ не имеет отношения к Барту или к анализу массовой коммуникации.</p>	
7	<p>2 балла – Названы три признака в любой формулировке: стандартизация (повторяемость, штампы), псевдоиндивидуализация (иллюзия выбора, мнимая уникальность), отчуждение (пассивность потребителя, подавление творчества). Допускаются синонимичные выражения, сохраняющие смысл.</p> <p>1 балл – Названы только 2 признака из трёх. ИЛИ названы все три, но один из них неверен или сформулирован слишком неточно (например, вместо «отчуждение» – «отстранение» без пояснения). ИЛИ перечислены признаки без указания на Франкфуртскую школу.</p> <p>0 баллов – Назван один признак или ни одного. Перечислены признаки, не относящиеся к концепции культурной индустрии (например, «демократизация», «доступность»). Ответ отсутствует или полностью неверен.</p>	2
8	<p>2 балла – Названы все три типа чтения: предпочтительное (доминантное), оппозиционное (противоположное, «против шерсти»), негативное (договорное, negotiated – в русскоязычной традиции иногда переводят как «негативное» или «переговорное»). Дана краткая характеристика каждого (например, «принимает доминирующий код», «сознательно отвергает», «понимает, но не принимает»).</p> <p>1 балл – Названы только 2 типа из трёх. ИЛИ названы все три, но их характеристика неверна или перепутана (например, оппозиционное названо предпочтительным). ИЛИ типы названы, но без привязки к С. Холлу.</p> <p>0 баллов – Назван один тип или ни одного. Типы не соответствуют теории Холла (например, перечислены «позитивное, негативное, нейтральное» без связи с кодированием/декодированием). Ответ неверен.</p>	2
9	<p>2 балла – Дано верное определение: фрейминг – способ подачи информации через определённую рамку (фрейм), которая выделяет одни аспекты события и скрывает другие, влияя на интерпретацию и оценку аудитории. Приведён пример (например, протест как «беспорядки» vs «гражданская активность»). Указано на связь с формированием мнений.</p> <p>1 балл – Определение дано, но неполное (например, только «выделение одних аспектов и скрывание других» без указания на влияние на интерпретацию). ИЛИ определение верное, но пример отсутствует. ИЛИ приведён пример фрейма, но само понятие не</p>	2

	<p>определено. ИЛИ назван автор (Гоффман, Энтиан), но суть не раскрыта.</p> <p>0 баллов – Понятие не определено или определено неверно (например, «фрейминг – это создание рамок для фотографий»). Ответ не относится к эффектам массовой коммуникации.</p>	
10	<p>2 балла – Дано полное объяснение: люди боятся социальной изоляции, поэтому отслеживают климат мнений (через медиа и личный опыт); если человек считает своё мнение непопулярным, он предпочитает молчать; молчание усиливает видимость доминирования «громкого» мнения, спираль закручивается; медиа играют ключевую роль, задавая ощущение, какое мнение преобладает.</p> <p>1 балл – Объяснение частичное: назван механизм страха изоляции, но не раскрыта роль медиа. ИЛИ указана роль медиа, но не описан механизм спирали (как молчание усиливает эффект). ИЛИ описана спираль, но без упоминания страха изоляции. ИЛИ приведён только пример, без теоретического объяснения.</p> <p>0 баллов – Ответ отсутствует или неверен (например, «спираль молчания – это когда люди громко кричат в телевизоре»). Теория не названа или перепутана с другой. Нет связи с формированием общественного мнения.</p>	2

КТ – 2.

Тема 5-7

1. Чем качественные методы исследования аудитории отличаются от количественных? Назовите одно преимущество и один недостаток каждого подхода (2 балла) Эталонный ответ: Количественные методы (опросы, big data) дают цифры, позволяют обобщать на всю аудиторию, но не объясняют причины. Качественные методы (фокус-группы, интервью) дают глубокое понимание мотивов, но результаты трудно распространить на всех. Преимущество количественных – репрезентативность, недостаток – поверхностность. У качественных – глубина, недостаток – субъективность интерпретации.

2. Что такое «операционализация понятий» в проектировании медиаисследования? Приведите пример. (2 балла) Эталонный ответ: Операционализация – это перевод абстрактного понятия в конкретные, измеримые индикаторы. Например, понятие «доверие к новостям» можно операционализировать через вопросы: «Как часто вы проверяете факты из других источников?», «Согласны ли вы с утверждением "новости говорят правду" по шкале от 1 до 5?». Без операционализации нельзя провести опрос или контент-анализ.

3. Назовите два метода анализа медиатекстов, которые относятся к качественным, и кратко опишите их суть. (2 балла) Эталонный ответ: Дискурс-анализ изучает, как язык конструирует социальные смыслы и властные отношения (например, как в новостях изображают мигрантов). Семиотический анализ исследует знаки и их коннотации (например, что означает цвет и жест в рекламе). Оба метода не считают частоты, а интерпретируют глубинные структуры.

4. Почему в исследованиях массовой коммуникации проблема репрезентативности выборки стоит особенно остро? (2 балла) Эталонный ответ: Аудитория СМИ огромна и рассредоточена, и если опросить только, например, подписчиков Telegram-канала, то результаты нельзя обобщать на всех телезрителей. Медиаисследования часто используют не репрезентативные (удобные) выборки, что ведёт к смещениям. Репрезентативность важна, чтобы отличать мнение всей аудитории от мнения её активной части.

5. Что У. Липпман называл «стереотипизацией» в контексте влияния СМИ на общественное сознание? (2 балла) Эталонный ответ: Стереотипизация – это упрощённое и

схематичное представление о группах, событиях или явлениях, которое СМИ внедряют в массовое сознание. Стереотипы экономят мышление, но искажают реальность, вешают ярлыки. Липпман считал, что люди живут в «псевдосреде», созданной медиа, а не в реальном мире.

6. Назовите модели поведения СМК в социальном конфликте (классификация). (2 балла) Эталонный ответ: «Сторожевой пёс» – фиксирует угрозы и информирует общество. 2) «Адвокат» – выражает интересы одной из сторон конфликта. 3) «Провокатор» – сознательно раздувает конфликт ради сенсаций. 4) «Арбитр» – посредник, 5) «Комментатор».

7. Приведите пример использования пропагандистской модели Г. Лассуэлла (кто – что – канал – кому – эффект) в современной информационной войне. (2 балла) Эталонный ответ: Пример: государственный телеканал (кто) транслирует сообщение об угрозе со стороны соседней страны (что) – через вечерние новости (канал) – массовой аудитории (кому) – с целью вызвать рост патриотических настроений и поддержку военных действий (эффект). Лассуэлл выделял эти пять элементов как универсальную схему пропаганды.

8. Назовите три типа медиакампаний по целям и приведите пример каждого. (2 балла) Эталонный ответ: 1) Политические (предвыборная агитация кандидата). 2) Социальные (социальная реклама против курения). 3) PR-кампании (формирование имиджа компании). Также бывают рекламные, пропагандистские и контрпропагандистские.

9. Что такое медиаплан? Какие два основных показателя в нём рассчитываются? (2 балла) Эталонный ответ: Медиаплан – это документ, в котором прописана стратегия выбора каналов, график размещения и бюджет. Основные показатели: охват (доля целевой аудитории, увидевшая сообщение хотя бы раз) и частота (среднее количество контактов с одним представителем аудитории).

10. Что такое предварительное тестирование материалов (pretest) медиакампании? Зачем оно нужно? (2 балла) Эталонный ответ: Это исследование небольшой группы из целевой аудитории до старта кампании, чтобы оценить, насколько понятны, убедительны и не вызывают ли отторжения материалы. Позволяет доработать креативы, избежать ошибок и сэкономить бюджет. Обычно используется фокус-группы или онлайн-опросы.

Критерии оценивания

Оценка выставляется путем суммирования баллов за каждый ответ согласно критериям.

2 балла – ответ полностью соответствует эталонному, студент демонстрирует понимание, все необходимые элементы присутствуют.

1 балл – ответ содержит неполноту, неточность, отсутствует пример или один из ключевых элементов, но основная идея верна.

0 баллов – ответ неверен, не по теме, либо отсутствует (или содержит грубые ошибки, искажающие суть).

№ вопроса	Критерии оценивания	Макс. балл
1	<p>2 балла – Дан чёткий сравнительный ответ: указано, что количественные методы дают цифры, позволяют обобщать (репрезентативность), но не объясняют причины (поверхностность); качественные методы дают глубокое понимание мотивов (глубина), но результаты трудно распространить (субъективность). Названы минимум одно преимущество и один недостаток для каждого подхода. Формулировки могут быть синонимичными.</p> <p>1 балл – Названы отличия, но неполно: например, указано только различие в целях (цифры vs смыслы), но не названы преимущества/недостатки. ИЛИ названы преимущества/недостатки только для одного из подходов. ИЛИ перечислены характеристики без чёткого разделения на преимущества и недостатки.</p>	2

	<p>0 баллов – Ответ отсутствует, либо утверждается, что отличий нет, либо методы перепутаны (количественные названы качественными). Существенные фактические ошибки.</p>	
2	<p>2 балла – Дано верное определение: операционализация – перевод абстрактного понятия в конкретные, измеримые индикаторы. Приведён корректный пример (например, понятие «доверие к новостям» через вопросы о проверке фактов, шкалу согласия и т.п.). Пример должен показывать переход от абстрактного к измеримому.</p> <p>1 балл – Определение дано, но неполное (например, только «разбивка понятия на индикаторы» без указания на измеримость). ИЛИ определение верное, но пример отсутствует. ИЛИ пример приведён, но не соответствует определению (например, просто дано определение термина, а не операционализация).</p> <p>0 баллов – Определение неверное (например, «операционализация – это выбор методов исследования») или отсутствует. Пример не приведён или не относится к операционализации.</p>	2
3	<p>2 балла – Названы два качественных метода из числа: дискурс-анализ, семиотический анализ, нарративный анализ, анализ фреймов (качественный), интен-анализ (если трактуется как качественный) и др. Для каждого дана краткая характеристика сути (например, дискурс-анализ изучает язык и властные отношения, семиотический – знаки и коннотации). Суть раскрыта верно.</p> <p>1 балл – Названы два метода, но один из них не является качественным (например, контент-анализ – обычно количественный). ИЛИ названы верные методы, но их суть описана слишком поверхностно или неточно. ИЛИ назван только один метод с верным описанием.</p> <p>0 баллов – Методы не названы или названы неверно (например, «опрос и эксперимент» – это методы исследования аудитории, не текстов). Суть не раскрыта или раскрыта с грубыми ошибками.</p>	2
4	<p>2 балла – Дано обоснованное объяснение: указано на огромную, рассредоточенную, неоднородную аудиторию СМИ; на частое использование нерепрезентативных (удобных) выборок (например, только подписчики Telegram-канала), что ведёт к смещениям; подчеркнута важность различения мнения всей аудитории и её активной части.</p> <p>1 балл – Дано частичное объяснение: указана одна из причин (например, большая рассредоточенность аудитории), но без упоминания проблемы удобных выборок. ИЛИ названа проблема, но без объяснения, почему именно остро. ИЛИ дан общий ответ о важности репрезентативности без привязки к специфике медиаисследований.</p> <p>0 баллов – Ответ отсутствует или неверен (например, «потому что аудитория маленькая»). Причина не названа или названа не по существу.</p>	2
5	<p>2 балла – Дано верное определение: стереотипизация – упрощённое, схематичное представление о группах, событиях, которое СМИ внедряют в сознание; стереотипы экономят мышление, но искажают реальность, создают «псевдосреду». Указана связь с Липпманом и</p>	2

	<p>его книгой «Общественное мнение» (необязательно, но приветствуется).</p> <p>1 балл – Определение дано, но неполное: например, только «упрощённое представление» без упоминания роли СМИ и искажения реальности. ИЛИ указано на псевдосреду, но без объяснения стереотипизации. ИЛИ названо понятие без отсылки к Липпману (если это единственный недостаток – можно 1 балл).</p> <p>0 баллов – Определение неверное (например, «стереотипизация – это создание позитивных образов») или отсутствует. Не назван автор. Ответ не по существу.</p>	
6	<p>2 балла – Названы минимум четыре модели из классификации: «сторожевой пёс», «адвокат», «провокактор», «арбитр», «комментатор» (возможны другие варианты, но в эталоне – пять). Достаточно назвать 4–5 моделей без описания, но если описания нет – всё равно 2 балла, так как в вопросе не требуют описание. Однако если студент называет только 2 модели – снижаем.</p> <p>1 балл – Названы только 2–3 модели из перечисленных. ИЛИ названы 4 модели, но одна из них не относится к данной классификации (например, «журналист-расследователь» – это не типичная модель). ИЛИ модели названы, но перепутаны с другими понятиями.</p> <p>0 баллов – Названа одна модель или ни одной. Перечислены термины, не имеющие отношения к поведению СМК в конфликте (например, «объективность, независимость»). Ответ отсутствует.</p>	2
7	<p>2 балла – Приведён развёрнутый пример, в котором явно выделены все пять элементов по Лассуэллу: кто (источник), что (сообщение), канал, кому (аудитория), эффект (цель). Пример должен быть реалистичным и соответствовать понятию «информационная война» (пропаганда, конфликт государств, политических сил и т.п.).</p> <p>1 балл – Приведён пример, но отсутствует один из пяти элементов. ИЛИ пример не связан с информационной войной (например, реклама шампуня). ИЛИ пример содержит все элементы, но один из них сформулирован недостаточно чётко.</p> <p>0 баллов – Пример не приведён или полностью неверен (не соответствует модели Лассуэлла). Вместо примера дано только определение модели. Элементы не выделены.</p>	2
8	<p>2 балла – Названы три типа из: политические, социальные, PR-кампании, рекламные, пропагандистские, контрпропагандистские. К каждому приведён конкретный пример (например, «политическая – предвыборная агитация кандидата»). Типы и примеры должны соответствовать друг другу.</p> <p>1 балл – Названы три типа, но к одному из них не приведён пример. ИЛИ приведены примеры, но не названы типы. ИЛИ названы только два типа с примерами. ИЛИ типы названы верно, но один пример не соответствует (например, «социальная кампания – реклама Coca-Cola»).</p> <p>0 баллов – Типы не названы или названы неверно (например, «телевизионная, радионная, газетная» – это по каналам, не по целям). Примеры отсутствуют или грубо ошибочны.</p>	2

9	<p>2 балла – Дано верное определение: медиаплан – документ, содержащий стратегию выбора каналов, график размещения, бюджет. Названы два основных показателя: охват (reach) и частота (frequency). Допускаются синонимы: «достигнутая аудитория», «среднее число контактов».</p> <p>1 балл – Определение дано неполное (например, только «график размещения» без указания стратегии и бюджета). ИЛИ названы показатели, но один из них неверен (например, вместо частоты указан GRP – это производный показатель, но не основной; допустим частичный балл). ИЛИ определение верное, но назван только один показатель.</p> <p>0 баллов – Определение отсутствует или неверное (например, «медиаплан – это список новостей»). Показатели не названы или названы неверно (например, «тираж, рейтинг» без уточнения).</p>	2
10	<p>2 балла – Дано верное определение: pretest – исследование небольшой группы из целевой аудитории до старта кампании для оценки понятности, убедительности, отсутствия отторжения. Объяснена цель: доработка креативов, избежание ошибок, экономия бюджета. Упомянуты типичные методы (фокус-группы, онлайн-опросы) – необязательно, но плюс.</p> <p>1 балл – Определение дано, но неполное (например, только «тестирование до кампании» без указания цели и группы). ИЛИ цель названа, но определение отсутствует. ИЛИ указано только одно из назначений (например, «чтобы сэкономить бюджет» без пояснения механизма).</p> <p>0 баллов – Ответ отсутствует или неверен (например, «pretest – это проверка после кампании»). Цель не названа или названа ошибочно (например, «чтобы узнать результаты» – это посттест).</p>	2

Подготовка рефератов по темам дисциплины «Социология массовых коммуникаций».

Список тем рефератов по курсу:

1. Эволюция представлений о массовой коммуникации: от древних глашатаев до цифровой эпохи.
2. Сравнительный анализ линейной, циркулярной и интерактивной моделей коммуникации.
3. Медиа как социальный институт: структура, функции, нормативная база.
4. Явные и латентные функции масс-медиа: современное прочтение идей Р. Мертона.
5. Теория «использования и удовлетворения»: актуальность в эпоху персонализированных рекомендаций (YouTube, Spotify).
6. Концепция идеологической гегемонии А. Грамши и её приложение к анализу новостных программ.
7. Семиотический анализ рекламы: от Ф. де Соссюра к современным мемам.
8. Франкфуртская школа о культурной индустрии: критика стандартизации и псевдоиндивидуализации.
9. Теория кодирования/декодирования С. Холла: возможности оппозиционного чтения медиатекстов.
10. Постмодернистские медиа: симулякры, гиперреальность и исчезновение автора (Бодрийяр, Лиотар).

11. Эволюция теорий эффектов массовой коммуникации: от «магической пули» к праймингу и фреймингу.
12. Теория культивации Дж. Гербнера: «синдром злого мира» и роль телевидения.
13. Установление повестки дня (agenda-setting) как политический инструмент СМИ.
14. Фрейминг в современных новостях: техника, примеры, влияние на общественное мнение.
15. Теория «спирали молчания» в эпоху социальных сетей: страх изоляции и эффект «эхо-камер».
16. Количественные и качественные методы в медиаисследованиях: проблема триангуляции.
17. Анализ цифровых следов (big data) в социологии массовых коммуникаций: возможности и этические риски.
18. Методы анализа медиатекстов: сравнительная характеристика контент-анализа, дискурс-анализа, семиотического анализа.
19. Стереотипизация и мифологизация в СМИ: механизмы формирования социальных представлений.
20. Медиа как субъект и оружие конфликта: модели поведения («провокаатор», «арбитр», «адвокат») и понятие информационной войны.
21. Социальные медиакампании от проектной гипотезы до оценки эффективности: методы претеста, посттеста и рефлексивные практики.

Методические рекомендации по подготовке реферата:

Подготовка реферата способствует формированию навыков исследовательской работы, расширяет познавательные интересы, приучает критически мыслить. При написании реферата по заданной теме составляется план, подбираются основные источники. В процессе работы с источниками, систематизируют полученные сведения, делают выводы и обобщения.

Подготовка реферата требует от обучающегося самостоятельности и интеллектуальной работы, которая принесет наибольшую пользу, если будет включать с себя следующие этапы:

- изучение наиболее важных научных работ по данной теме;
- анализ изученного материала, выделение наиболее значимых для раскрытия темы фактов, мнений разных ученых и научных положений;
- обобщение и логическое построение материала, например, в форме развернутого плана;
- написание текста реферата с соблюдением требований научного стиля.

Построение реферата включает три части: вступление, основную часть и заключение. Во вступлении указывается тема, устанавливается логическая связь ее с другими темами или место рассматриваемой проблемы среди других научных проблем, дается краткий обзор источников, на материале которых раскрывается тема и т. п. Основная часть должна иметь структурно-логическое деление. В заключении обычно подводятся итоги, формулируются выводы, подчеркивается значение рассмотренной проблемы и т. п.

5.5. Описание дополнительных материалов и оборудования, необходимых для выполнения проверочных заданий (*при необходимости*).

6. Формы промежуточной аттестации, критерии и шкала оценивания, типовые оценочные материалы по дисциплине

6.1. Промежуточная аттестация (зачет) может проводиться в двух основных формах – письменной и устной. Обучающийся получает зачётный билет с вариантами заданий, чистые маркированные листы бумаги для записей решения заданий, затем приступает к решению.

Промежуточная аттестация в письменной форме предполагает её проведение в виде выполнения тестовых заданий. Необходимо дать ответ в письменном виде, подробно изложив ход решения, при необходимости завершить решение выводами.

Промежуточная аттестация в устной форме предполагает её проведение в виде

индивидуального или перекрестного устного опроса по вопросам из перечня, определяемого рабочей программой дисциплины.

6.2. Типовые оценочные материалы промежуточной аттестации

Вопросы для устного проведения зачета

Раздел 1. Теоретико-методологические аспекты изучения массовой коммуникации

Тема 1. Введение в социологию массовой коммуникации (УК-3.1)

Понятие массовой коммуникации: соотношение с массовой информацией, массовым сознанием и массовой культурой.

Предпосылки возникновения и этапы развития института массовой коммуникации.

Объект и предмет социологии массовых коммуникаций, ее место в системе социологического знания и смежных дисциплин (психология, политология, медиаисследования).

Основные модели массовой коммуникации: линейная (Г. Лассуэлл), циркулярная (У. Шрам), интерактивная (Д. МакКуэйл).

Функции массовой коммуникации в обществе: информационная, интегративная, рекреативная, функция социального контроля.

Медиа как социальный институт.

Современные тенденции: конвергенция, цифровизация, фрагментация аудитории, социальные медиа.

Тема 2. Структурно-функциональная традиция анализа массовой коммуникации. Концепция идеологии и методология анализа массовой коммуникации (УК-3.1)

Структурно-функциональный подход: Т. Парсонс и Р. Мертон о функциях и дисфункциях СМК.

Явные и латентные функции масс-медиа.

Концепция «использования и удовлетворения» (К. Кац, Дж. Блумлер, М. Гуревич): активная аудитория и мотивы медиапотребления.

Теория зависимости от медиа (М. ДеФлёр, С. Болл-Рокеш): социальная система, аудитория и эффекты взаимовлияния.

Концепция идеологии в анализе массовой коммуникации: неомарксистская традиция (А. Грамши — гегемония, Л. Альтюссер — интерпелляция).

Идеологическая функция медиа: производство и воспроизводство доминирующих значений.

Методология анализа идеологических аспектов медиатекстов: критический дискурс-анализ, структурный анализ репрезентации.

Тема 3. Семиологические подходы в исследовании массовой коммуникации. Критическая традиция анализа массовой коммуникации (УК-3.1)

Основы семиологии и семиотики: Ф. де Соссюр (означающее/означаемое), Ч. Пирс (иконические, индексные, символические знаки).

Семиологический анализ массовой коммуникации: Р. Барт (мифологии, коннотации, денотация), Ю. Лотман (семиосфера медиа), У. Эко (открытое произведение, кодовая модель).

Критическая традиция: Франкфуртская школа (М. Хоркхаймер, Т. Адорно) — концепция «культурной индустрии»: стандартизация, псевдоиндивидуализация, отчуждение.

Теория кодирования/декодирования С. Холла: предпочтительное, оппозиционное и негативное прочтение медиатекстов.

Понятие медийного дискурса и репрезентации. Сравнительный анализ критической и семиологической традиций: общее и особенное в исследовании власти и значения в медиа.

Тема 4. Средства массовой коммуникации в постмодернистской перспективе. Социология эффектов массовой коммуникации (УК-3.1)

Постмодернистский подход к медиа: Ж. Бодрийяр (симулякр, гиперреальность, исчезновение социального), Ж. Лиотар (критика метанарративов), Ф. Джеймисон (логика позднего капитализма и медиа).

Фрагментация, эклектичность, ирония и исчезновение границ между реальностью и репрезентацией в постмодернистских медиа.

Социология эффектов массовой коммуникации: эволюция теорий — от «магической пули» до ограниченных и умеренных эффектов.

Ключевые теории эффектов: теория культивации (Дж. Гербнер), теория установления повестки дня (М. МакКомбс, Д. Шоу), фрейминг (Гоффман, Энтиан), эффект прайминга.

Теория «спирали молчания» Э. Ноэль-Нойман: роль медиа в формировании климата общественного мнения.

Раздел 2. Эмпирические и прикладные аспекты исследования массовой коммуникации

Тема 5. Методологические и методические особенности исследования аудитории и текстов массовой коммуникации (УК-3.1)

Методологическая специфика: сочетание количественных и качественных парадигм.

Проблема репрезентативности и валидности в медиаисследованиях.

Методы исследования аудитории: массовые опросы, дневниковые панели, фокус-группы, глубинное интервью, анализ цифровых следов (big data), метрики вовлеченности.

Методы анализа медиатекстов: контент-анализ (тематический, оценочный, реляционный), дискурс-анализ (критический, постструктуралистский), семиотический анализ, нарративный анализ, интент-анализ.

Специфические методики: анализ фреймов, анализ тональности (сентимент-анализ), событийный анализ.

Проектирование исследования в области массовой коммуникации: выбор дизайна, построение выборки, операционализация понятий.

Тема 6. Влияние масс медиа на общественное сознание. СМК как субъект конфликтного взаимодействия (УК-3.1, УК-3.2)

Механизмы влияния СМК на общественное сознание: стереотипизация (У. Липпман), мифологизация, персуазивная коммуникация, пропаганда и контрпропаганда.

Формирование социальных представлений и коллективных идентичностей через медиа.

Медиаконструирование социальных проблем.

СМК как субъект конфликтного взаимодействия: роль медиа в возникновении, эскалации и разрешении социальных конфликтов («медиазация конфликта»).

Модели поведения СМК в конфликте: роль «сторожевого пса», адвоката, арбитра, провокатора.

Понятие «информационной войны».

Медиа и политический конфликт: пропагандистские модели (Г. Лассуэлл, Э. Бернейс), фейковые новости, постистина.

Управление конфликтами через медиастратегии.

Назовите не менее трёх нормативных актов, регулирующих командную работу социального работника в ситуации информационного конфликта.

Опишите социально-психологический механизм распределения ролей в команде при подготовке антикризисного пресс-релиза.

Тема 7. Медиакампании (УК-3.1)

Понятие и типология медиакампаний: политические (предвыборные), социальные (социальная реклама), PR-кампании, рекламные, пропагандистские, контрпропагандистские.

Этапы планирования медиакампании: целеполагание, анализ целевой аудитории, стратегия выбора каналов (медиаплан), креативная стратегия, бюджет, тайминг.

Методы оценки эффективности медиакампании: медиаметрия (охват, частота, GRP, CTR), коммуникативная эффективность (запоминаемость, изменение установок), поведенческая эффективность (голосование, покупка, донаты).

Социологические исследования в поддержку медиакампаний: предварительное тестирование материалов, мониторинг в ходе кампании, посткампанийные замеры.

Кейс-анализ успешных и провальных медиакампаний (социальные, политические, коммерческие).

Этические аспекты проведения медиакампаний (манипуляция, скрытая реклама, агитация)

6.3. Критерии и шкала оценивания на основе БРС.

КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ	РЕЗУЛЬТАТ В БАЛЛАХ
Дан полный, в логической последовательности развернутый ответ на поставленный вопрос, где он продемонстрировал знания предмета в полном объеме учебной программы, достаточно глубоко осмысливает дисциплину, самостоятельно, и исчерпывающе отвечает на дополнительные вопросы, приводит собственные примеры по проблематике поставленного вопроса, решил предложенные практические задания без ошибок	90-100
Дан развернутый ответ на поставленный вопрос, где обучающийся демонстрирует знания, приобретенные на лекционных и семинарских занятиях, а также полученные посредством изучения обязательных учебных материалов по курсу, дает аргументированные ответы, приводит примеры, в ответе присутствует свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа. Однако допускается неточность в ответе. Решил предложенные практические задания с небольшими неточностями.	75-89
Дан ответ, свидетельствующий в основном о знании процессов изучаемой дисциплины, отличающийся недостаточной глубиной и полнотой раскрытия темы, знанием основных вопросов теории, слабо сформированными навыками анализа явлений, процессов, недостаточным умением давать аргументированные ответы и приводить примеры, недостаточно свободным владением монологической речью, логичностью и последовательностью ответа. Допускается несколько ошибок в содержании ответа и решении практических заданий.	60-74
Дан ответ, который содержит ряд серьезных неточностей, обнаруживающий незнание процессов изучаемой предметной области, отличающийся неглубоким раскрытием темы, незнанием основных вопросов теории, несформированными навыками анализа явлений, процессов, неумением давать аргументированные ответы, слабым владением	1-59

монологической речью, отсутствием логичности и последовательности. Выводы поверхностны. Решение практических заданий не выполнено, т.е. обучающийся не способен ответить на вопросы даже при дополнительных наводящих вопросах преподавателя.	
---	--

Типовые проверочные задания для самоподготовки обучающегося к промежуточной аттестации:

Тема 1. Введение в социологию массовой коммуникации (УК-3.1)

Тестовые задания с инструкцией по выполнению

1. Задания открытого типа с развернутым ответом

Задание 1. Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ

1. Внимательно прочитать текст задания и понять суть вопроса.
2. Продумать логику и полноту ответа.
3. Записать ответ, используя четкие компактные формулировки.
4. В случае расчетной задачи, записать решение и ответ

Текст: «Массовая коммуникация — это процесс производства, воспроизводства и распространения сообщений с помощью технических средств на численно большие, рассредоточенные, анонимные аудитории, обладающие социальной неоднородностью.»

Вопрос: Почему аудитория массовой коммуникации называется «анонимной» и «рассредоточенной»? Приведите пример из современной телевизионной практики.

Ответ:

Задание 2. Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ

1. Внимательно прочитать текст задания и понять суть вопроса.
2. Продумать логику и полноту ответа.
3. Записать ответ, используя четкие компактные формулировки.
4. В случае расчетной задачи, записать решение и ответ

Текст: «Г. Лассуэлл предложил линейную модель коммуникации: Кто – говорит Что – по какому Каналу – кому – с каким Эффектом.»

Вопрос: В чём ограниченность линейной модели? Какие элементы не учитываются?

Ответ:

Задание 3. Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ

1. Внимательно прочитать текст задания и понять суть вопроса.
2. Продумать логику и полноту ответа.
3. Записать ответ, используя четкие компактные формулировки.
4. В случае расчетной задачи, записать решение и ответ

Текст: «Цифровизация привела к тому, что традиционные СМИ (газеты, ТВ) теряют аудиторию, уступая место интернет-платформам.»

Вопрос: Как фрагментация аудитории (разбиение на мелкие сегменты) связана с цифровизацией? Назовите один позитивный и один негативный аспект.

Ответ:

Задание 4. Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ

1. Внимательно прочитать текст задания и понять суть вопроса.
2. Продумать логику и полноту ответа.
3. Записать ответ, используя четкие компактные формулировки.
4. В случае расчетной задачи, записать решение и ответ

Текст: «Медиа как социальный институт включает в себя систему норм, правил, организаций и ролей, регулирующих производство и распространение массовой информации.»

Вопрос: Какие две функции социального института (кроме информационной) выполняют медиа в обществе? Поясните каждую одним предложением.

Ответ:

2. Задания комбинированного типа с выбором одного правильного ответа из предложенных и обоснованием выбора

Задание 5. Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа

1. Внимательно прочитайте текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов.

2. Внимательно прочитайте предложенные варианты ответа.

3. Выбрать один верный ответ.

4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа.

5. Записать аргументы, обосновывающие выбор ответа (например, 4 текст обоснования)

Текст: В социологии массовых коммуникаций существуют разные модели. Одна из них подчеркивает, что аудитория не пассивна, а активно интерпретирует сообщения, вступая в диалог с отправителем.

Вопрос: Какая модель наиболее соответствует этому описанию?

А. Линейная модель Лассуэлла

Б. Циркулярная модель Шрамма

В. Модель «магической пули»

Г. Модель ограниченных эффектов

Правильный ответ:

Пояснение:

Задание 6. Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа

1. Внимательно прочитайте текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов.

2. Внимательно прочитайте предложенные варианты ответа.

3. Выбрать один верный ответ.

4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа.

5. Записать аргументы, обосновывающие выбор ответа (например, 4 текст обоснования).

Текст: Институт массовой коммуникации формируется при определённых социально-исторических условиях.

Вопрос: Какое из условий является **решающим** для превращения массовой коммуникации в самостоятельный социальный институт?

А. Появление письменности

Б. Изобретение радио

В. Возникновение массовых технических средств тиражирования информации, доступных широкой публике

Г. Развитие демократии

Правильный ответ:

Пояснение:

3. Задания закрытого типа

Задание 7. Прочитайте текст, выберите правильный ответ

1. Внимательно прочитайте текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов.

2. Внимательно прочитайте предложенные варианты ответа.

3. Выбрать один верный ответ.

4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа (например, 3 или В).

Вопрос: Кто из перечисленных авторов предложил линейную модель коммуникации, включающую вопросы «Кто?», «Что?», «Канал?», «Кому?», «Эффект?»?

- А. Уилбур Шрамм
 - Б. Гарольд Лассуэлл
 - В. Денис МакКуэйл
 - Г. Юрген Хабермас
- Правильный ответ:*

Задание 8. Прочитайте текст, выберите правильные ответы

1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается несколько правильных ответов из предложенных вариантов.

2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответов.

3. Выбрать несколько правильных ответов.

4. Записать только номера (или буквы) выбранного варианта ответа (например, 1 4 или А Г).

Вопрос: Какие из перечисленных явлений относятся к современным тенденциям в массовой коммуникации (отметьте все верные варианты):

- А. Увеличение доли печатных СМИ
- Б. Конвергенция медиа
- В. Фрагментация аудитории
- Г. Уменьшение роли социальных медиа

Правильные ответы:

Задание 9. Прочитайте текст и установите последовательность

1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается последовательность элементов.

2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.

3. Построить верную последовательность из предложенных элементов.

4. Записать буквы/цифры (в зависимости от задания) вариантов ответа в нужной последовательности (например, БВА или 135).

Вопрос: Расположите этапы развития массовой коммуникации в хронологическом порядке (от самого раннего к позднему):

- А. Интернет и цифровые медиа
- Б. Телевидение
- В. Книгопечатание
- Г. Радиовещание

Правильный ответ:

Задание 10. Прочитайте текст и установите соответствие

1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидаются пары элементов.

2. Внимательно прочитать оба списка: список 1 – вопросы, утверждения, факты, понятия и т.д.;

список 2 – утверждения, свойства объектов и т.д.

3. Сопоставить элементы списка 1 с элементами списка 2, сформировать пары элементов.

4. Записать попарно буквы и цифры (в зависимости от задания) вариантов ответа (например, А1 или Б4).

Вопрос: Соотнесите функцию массовой коммуникации с её примером:

Функция	Пример
А. Информационная	1. Показ комедийного сериала вечером

Функция	Пример
Б. Интегративная	2. Сообщение о землетрясении и числе жертв
В. Рекреативная	3. Репортаж о задержании преступника с комментарием «так поступать нельзя»
Г. Социального контроля	4. Трансляция праздничного обращения президента, которую смотрит вся страна

Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:

А	Б	В	Г

Правильный ответ:

Тема 2. Структурно-функциональная традиция анализа массовой коммуникации. Концепция идеологии и методология анализа массовой коммуникации (УК-3.1)

Тестовые задания с инструкцией по выполнению

1. Задания открытого типа с развернутым ответом

Задание 1. Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ

1. Внимательно прочитать текст задания и понять суть вопроса.
2. Продумать логику и полноту ответа.
3. Записать ответ, используя четкие компактные формулировки.
4. В случае расчетной задачи, записать решение и ответ

Текст: «Р. Мертон различал явные и латентные функции социальных институтов. Для масс-медиа явной функцией является информирование, а латентной – формирование социального порядка через повторение одних и тех же новостных рамок.»

Вопрос: Приведите собственный пример латентной функции просмотра развлекательного телешоу. Почему эта функция считается латентной?

Ответ:

Задание 2. Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ

1. Внимательно прочитать текст задания и понять суть вопроса.
2. Продумать логику и полноту ответа.
3. Записать ответ, используя четкие компактные формулировки.
4. В случае расчетной задачи, записать решение и ответ

Текст: «Теория зависимости от медиа утверждает, что чем больше человек полагается на СМИ для удовлетворения своих потребностей, тем сильнее влияние медиа на его взгляды.»

Вопрос: В какой ситуации зависимость аудитории от медиа резко возрастает? Назовите одну причину и объясните.

Ответ:

Задание 3. Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ

1. Внимательно прочитать текст задания и понять суть вопроса.
2. Продумать логику и полноту ответа.
3. Записать ответ, используя четкие компактные формулировки.
4. В случае расчетной задачи, записать решение и ответ

Текст: «Критический дискурс-анализ изучает, как в языковых практиках медиа воспроизводятся властные отношения.»

Вопрос: Какой вопрос должен задать социолог, применяя критический дискурс-анализ к новости о забастовке рабочих?

Ответ:

Задание 4. Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ

1. Внимательно прочитать текст задания и понять суть вопроса.
2. Продумать логику и полноту ответа.
3. Записать ответ, используя четкие компактные формулировки.
4. В случае расчетной задачи, записать решение и ответ

Текст: «Структурно-функциональный подход Т. Парсонса рассматривает общество как систему взаимосвязанных подсистем. СМК относятся к подсистеме воспроизводства культурного образца.»

Вопрос: Какую функцию выполняют СМК для поддержания стабильности общества по Парсонсу?

Ответ:

2. Задания комбинированного типа с выбором одного правильного ответа и обоснованием

Задание 5. Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа

1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов.
2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.
3. Выбрать один верный ответ.
4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа.
5. Записать аргументы, обосновывающие выбор ответа (например, 4 текст обоснования).

Текст: Исследователь заметил, что люди, которые часто смотрят криминальные новости, начинают переоценивать уровень преступности в своём городе, хотя статистика не изменилась.

Вопрос: Какая теоретическая традиция лучше всего объясняет этот феномен?

- А. Теория использования и удовлетворения
- Б. Теория зависимости от медиа
- В. Концепция гегемонии Грамши
- Г. Теория явных и латентных функций

Правильный ответ:

Пояснение:

Задание 6. Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа

1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов.
2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.
3. Выбрать один верный ответ.
4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа.
5. Записать аргументы, обосновывающие выбор ответа (например, 4 текст обоснования).

Текст: В предвыборной кампании кандидат постоянно появляется на фоне государственных символов и говорит о «наших традиционных ценностях».

Вопрос: Какое понятие из неомарксистской традиции точнее всего описывает этот приём?

- А. Интерпелляция
- Б. Дисфункция
- В. Когнитивный диссонанс
- Г. Культивация

Правильный ответ:

Пояснение:

3. Задания закрытого типа

Задание 7. Прочитайте текст, выберите правильный ответ

1. Внимательно прочитайте текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов.

2. Внимательно прочитайте предложенные варианты-ты ответа.

3. Выбрать один верный ответ.

4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа (например, 3 или В).

Вопрос: Кто из перечисленных авторов является основоположником концепции «использования и удовлетворения» (uses and gratifications)?

А. Т. Парсонс

Б. Р. Мертон

В. К. Кац, Дж. Блумлер, М. Гуревич

Г. Л. Альтюссер

Правильный ответ:

Задание 8. Прочитайте текст, выберите правильные ответы

1. Внимательно прочитайте текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается несколько правильных ответов из предложенных вариантов.

2. Внимательно прочитайте предложенные варианты-ты ответа.

3. Выбрать несколько правильных ответов.

4. Записать только номера (или буквы) выбранного варианта ответа (например, 1 4 или А Г).

Вопрос: Какие два положения характерны для неомарксистского анализа идеологии в СМК?

А. Медиа делают ценности господствующего класса «естественными» для всех

Б. Аудитория всегда пассивна и не может сопротивляться идеологии

В. Идеология работает через механизм интерпелляции («окликанья»)

Г. Основная функция СМК – информирование, а не формирование мнений

Правильные ответы:

Задание 9. Прочитайте текст и установите последовательность

1. Внимательно прочитайте текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается последовательность элементов.

2. Внимательно прочитайте предложенные варианты ответа.

3. Построить верную последовательность из предложенных элементов.

4. Записать буквы/цифры (в зависимости от задания) вариантов ответа в нужной последовательности (например, БАА или 135).

Вопрос: Расположите этапы анализа идеологических аспектов медиатекста в рамках критического дискурс-анализа:

А. Интерпретация скрытых смыслов и властных отношений

Б. Сбор текстов СМИ по теме

В. Выявление повторяющихся языковых структур (метафор, оценок, номинаций)

Г. Формулировка вывода о репрезентации социальных групп

Правильный ответ:

Задание 10. Прочитайте текст и установите соответствие

1. Внимательно прочитайте текст задания и понять, что в качестве ответа ожидаются пары элементов.

2. Внимательно прочитайте оба списка: список 1 – вопросы, утверждения, факты, понятия и т.д.;

список 2 – утверждения, свойства объектов и т.д.

3. Сопоставить элементы списка 1 с элементами списка 2, сформировать пары элементов.
4. Записать попарно буквы и цифры (в зависимости от задания) вариантов ответа (например, А1 или Б4).

Вопрос: Соотнесите понятие с его автором или подходом:

Понятие	Автор/традиция
А. Гегемония	1. Р. Мертон
Б. Явные и латентные функции	2. А. Грамши
В. Теория зависимости от медиа	3. М. ДеФлёр, С. Болл-Рокеш
Г. Интерпелляция	4. Л. Альтюссер

Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:

А	Б	В	Г

Правильный ответ:

Тема 3. Семиологические подходы в исследовании массовой коммуникации. Критическая традиция анализа массовой коммуникации (УК-3.1)

Тестовые задания с инструкцией по выполнению

1. Задания открытого типа с развернутым ответом

Задание 1. Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ

1. Внимательно прочитать текст задания и понять суть вопроса.
2. Продумать логику и полноту ответа.
3. Записать ответ, используя четкие компактные формулировки.
4. В случае расчетной задачи, записать решение и ответ

Текст: «Ф. де Соссюр утверждал, что связь между означающим и означаемым произвольна (условна). Разные языки и культуры по-разному обозначают одни и те же понятия.»

Вопрос: Как произвольность знака проявляется в современном интернет-меме? Поясните на примере любого известного мема (опишите его).

Ответ:

Задание 2. Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ

1. Внимательно прочитать текст задания и понять суть вопроса.
2. Продумать логику и полноту ответа.
3. Записать ответ, используя четкие компактные формулировки.
4. В случае расчетной задачи, записать решение и ответ

Текст: «Концепция культурной индустрии Франкфуртской школы критикует массовую культуру за стандартизацию, которая унифицирует вкусы и подавляет спонтанность.»

Вопрос: Приведите один современный пример стандартизации в стриминговых сервисах (например, в сериалах Netflix). Почему это можно считать «псевдоиндивидуализацией»?

Ответ:

Задание 3. Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ

1. Внимательно прочитать текст задания и понять суть вопроса.
2. Продумать логику и полноту ответа.
3. Записать ответ, используя четкие компактные формулировки.
4. В случае расчетной задачи, записать решение и ответ

Текст: «С. Холл в теории кодирования/декодирования утверждал, что аудитория не пассивно впитывает сообщения, а активно интерпретирует их, исходя из своего социального опыта.»

Вопрос: Какую позицию декодирования (предпочтительную, оппозиционную или негативную) вероятнее займут зрители, если новостной сюжет представляет забастовку рабочих как «беспорядки, мешающие горожанам»? Почему?

Ответ:

Задание 4. Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ

1. Внимательно прочитать текст задания и понять суть вопроса.

2. Продумать логику и полноту ответа.

3. Записать ответ, используя четкие компактные формулировки.

4. В случае расчетной задачи, записать решение и ответ

Текст: «Ю. Лотман ввел понятие "семиосфера" – пространство, в котором функционируют знаки, тексты и коды, находится в постоянном взаимодействии и переводе с языка на язык.»

Вопрос: Как можно применить понятие «семиосфера» к анализу современных социальных медиа (например, TikTok)? Что в этой среде играет роль «перевода» между разными кодами?

Ответ:

2. Задания комбинированного типа с выбором одного правильного ответа и обоснованием

Задание 5. Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа

1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов.

2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.

3. Выбрать один верный ответ.

4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа.

5. Записать аргументы, обосновывающие выбор ответа (например, 4 текст обоснования).

Текст: В ролике социальной рекламы показан мальчик, который кидает мусор мимо урны – на асфальт. Крупным планом – лицо прохожего с укоризной. Затем мальчик поднимает мусор. В конце слоган: «Чисто там, где уважают других».

Вопрос: Какой семиотический механизм работает в этом ролике с точки зрения Р. Барта?

А. Иконический знак

Б. Мифологизация через коннотации

В. Интерпелляция

Г. Стандартизация

Правильный ответ:

Пояснение:

Задание 6. Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа

1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов.

2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.

3. Выбрать один верный ответ.

4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа.

5. Записать аргументы, обосновывающие выбор ответа (например, 4 текст обоснования).

Текст: Исследователь анализирует, как телевизионная реклама шампуня говорит о «здоровье волос», но при этом показывает счастливую семью и карьерный успех женщины.

Вопрос: Какой подход позволяет объяснить, что реклама связывает продукт с несвязанными социальными смыслами (счастье, успех)?

- А. Семиологический подход (коннотации, миф)
- Б. Структурно-функциональный подход
- В. Теория зависимостей
- Г. Концепция культурной индустрии (только стандартизация)

Правильный ответ:

Пояснение:

3. Задания закрытого типа

Задание 7. Прочитайте текст, выберите правильный ответ

1. Внимательно прочитайте текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов.

2. Внимательно прочитайте предложенные варианты ответа.

3. Выбрать один верный ответ.

4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа (например, 3 или В).

Вопрос: Кто автор понятий «предпочтительное, оппозиционное и негативное чтение» медиатекста?

- А. Р. Барт
- Б. У. Эко
- В. С. Холл
- Г. Ю. Лотман

Правильный ответ:

Задание 8. Прочитайте текст, выберите правильные ответы

1. Внимательно прочитайте текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается несколько правильных ответов из предложенных вариантов.

2. Внимательно прочитайте предложенные варианты ответа.

3. Выбрать несколько правильных ответов.

4. Записать только номера (или буквы) выбранного варианта ответа (например, 1 4 или А Г).

Вопрос: Какие два положения верны для критической традиции Франкфуртской школы относительно массовой коммуникации?

- А. Культурная индустрия способствует эмансипации личности
- Б. Массовая культура стандартизирует сознание и подавляет критику
- В. Аудитория полностью активна и независима в выборе смыслов
- Г. Псевдоиндивидуализация создаёт иллюзию разнообразия при реальной унификации

Правильные ответы:

Задание 9. Прочитайте текст и установите последовательность

1. Внимательно прочитайте текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается последовательность элементов.

2. Внимательно прочитайте предложенные варианты ответа.

3. Построить верную последовательность из предложенных элементов.

4. Записать буквы/цифры (в зависимости от задания) вариантов ответа в нужной последовательности (например, БАВ или 135).

Вопрос: Расположите действия в правильной последовательности:

- А. Выявление коннотативных значений, которые приписываются означаемому
- Б. Описание денотативного уровня (буквальное содержание)
- В. Интерпретация мифа – как коннотации становятся «естественными»
- Г. Выделение означающих (визуальных/вербальных элементов)

Правильный ответ:

Задание 10. Прочитайте текст и установите соответствие

1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидаются пары элементов.
2. Внимательно прочитать оба списка: список 1 – вопросы, утверждения, факты, понятия и т.д.; список 2 – утверждения, свойства объектов и т.д.
3. Сопоставить элементы списка 1 с элементами списка 2, сформировать пары элементов.
4. Записать попарно буквы и цифры (в зависимости от задания) вариантов ответа (например, А1 или Б4).

Вопрос: Установите соответствие между понятием и авторами концепции в которой оно упоминалось впервые

Понятие	Автор/представитель
А. Культурная индустрия	1. Ч. Пирс
Б. Семиосфера	2. Т. Адорно и М. Хоркхаймер
В. Иконический, индексный, символический знаки	3. Ю. Лотман
Г. Открытое произведение, кодовая модель	4. У. Эко

Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:

А	Б	В	Г

Правильный ответ:

Тема 4. Средства массовой коммуникации в постмодернистской перспективе. Социология эффектов массовой коммуникации (УК-3.1)

Тестовые задания с инструкцией по выполнению

1. Задания открытого типа с развернутым ответом

Задание 1. Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ

1. Внимательно прочитать текст задания и понять суть вопроса.
2. Продумать логику и полноту ответа.
3. Записать ответ, используя четкие компактные формулировки.
4. В случае расчетной задачи, записать решение и ответ

Текст: «По Бодрийяру, в постмодернистском обществе симулякры предшествуют реальности. Пример – война в Персидском заливе, которую зрители CNN воспринимали как видеоигру, а не как трагедию.»

Вопрос: Приведите свой пример из современной медиасреды, где симулякр заменяет реальность. Объясните, почему это «гиперреальность».

Ответ:

Задание 2. Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ

1. Внимательно прочитать текст задания и понять суть вопроса.
2. Продумать логику и полноту ответа.
3. Записать ответ, используя четкие компактные формулировки.
4. В случае расчетной задачи, записать решение и ответ

Текст: «Теория установления повестки дня (agenda-setting): медиа не говорят людям, что думать, но говорят, о чём думать.»

Вопрос: Как выявить эффект agenda-setting в выпуске новостей? Опишите простой исследовательский приём (без цифр).

Ответ:

Задание 3. Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ

1. Внимательно прочитать текст задания и понять суть вопроса.

2. Продумать логику и полноту ответа.

3. Записать ответ, используя четкие компактные формулировки.

4. В случае расчетной задачи, записать решение и ответ

Текст: «Ф. Джеймисон утверждал, что постмодернистские медиа характеризуются "пастишем" (пустой стилизацией) и исчезновением чувства истории.»

Вопрос: В чём разница между пародией (модернистской практикой) и пастишем (постмодернистской) на примере кино или рекламы?

Ответ:

Задание 4. Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ

1. Внимательно прочитать текст задания и понять суть вопроса.

2. Продумать логику и полноту ответа.

3. Записать ответ, используя четкие компактные формулировки.

4. В случае расчетной задачи, записать решение и ответ

Текст: «Эффект прайминга (priming) – это влияние медиа на критерии, по которым аудитория оценивает политиков или события.»

Вопрос: Приведите сценарий: как постоянные репортажи о коррупции чиновников могут повлиять на оценку гражданами успешного строительства дороги?

Ответ:

2. Задания комбинированного типа с выбором одного правильного ответа и обоснованием

Задание 5. Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа

1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов.

2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.

3. Выбрать один верный ответ.

4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа.

5. Записать аргументы, обосновывающие выбор ответа (например, 4 текст обоснования).

Текст: В новостях многократно показывают кадры нападения собак на людей, хотя статистика нападений не выросла. Опрос через месяц показал, что 80% жителей считают проблему бродячих собак «самой острой в городе».

Вопрос: Какая теория эффектов лучше всего объясняет этот феномен?

А. Теория «магической пули»

Б. Теория культивации

В. Теория установления повестки дня

Г. Теория спирали молчания

Правильный ответ:

Пояснение:

Задание 6. Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа

1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов.

2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.

3. Выбрать один верный ответ.

4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа.

5. Записать аргументы, обосновывающие выбор ответа (например, 4 текст обоснования).

Текст: Научный сотрудник планирует публичную лекцию для родителей подростков о влиянии TikTok на самооценку детей. Часть родителей уверена, что «всё зависит от воспитания», другая – что «интернет разрушает личность».

Вопрос: Какая стратегия начала выступления, учитывающую разницу в установках аудитории, рекомендуется?

А. Начать с агрессивной критики смартфонов, чтобы убедить вторую группу

Б. Сразу дать сложные термины (симулякр, прайминг) – для научности

В. Признать обоснованность обеих позиций и предложить исследовательские данные как нейтральный посредник

Г. Обращаться только к мнению большинства (тех, кто считает интернет опасным)

Правильный ответ:

Пояснение:

3. Задания закрытого типа

Задание 7. Прочитайте текст, выберите правильный ответ

1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов.

2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.

3. Выбрать один верный ответ.

4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа (например, 3 или В).

Вопрос: Кто из перечисленных авторов ввёл понятие «фрейминг» в социологию массовых коммуникаций (в развитие идей И. Гоффмана)?

А. Э. Ноэль-Нойман

Б. М. МакКомбс и Д. Шоу

В. Р. Энтиан (также Гоффман)

Г. Ж. Бодрийяр

Правильный ответ:

Задание 8. Прочитайте текст, выберите правильные ответы

1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается несколько правильных ответов из предложенных вариантов.

2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.

3. Выбрать несколько правильных ответов.

4. Записать только номера (или буквы) выбранного варианта ответа (например, 1 4 или А Г).

Вопрос: Какие два утверждения соответствуют постмодернистскому подходу к медиа (Бодрийяр, Лиотар, Джеймисон)?

А. Существует единая истина, которую медиа должны транслировать

Б. Граница между реальностью и её медийным образом исчезает (гиперреальность)

В. Медиа способствуют прогрессу человечества через разумную аргументацию

Г. Доверие к «большим нарративам» (прогресс, освобождение) разрушено

Правильные ответы:

Задание 9. Прочитайте текст и установите последовательность

1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается последовательность элементов.

2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.

3. Построить верную последовательность из предложенных элементов.

4. Записать буквы/цифры (в зависимости от задания) вариантов ответа в нужной последовательности (например, БВА или 135).

Вопрос: Расположите концепции в хронологическом порядке (от самой ранней к самой поздней):

А. Теория «магической пули» (однаправленное мощное воздействие)

Б. Теория культивации (долгосрочное формирование картины мира)

В. Теория ограниченных эффектов (двухступенчатый поток, лидеры мнений)

Г. Теория установления повестки дня (медиа говорят, о чём думать)

Правильный ответ:

Пояснение:

Задание 10. Прочитайте текст и установите соответствие

1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидаются пары элементов.

2. Внимательно прочитать оба списка: список 1 – вопросы, утверждения, факты, понятия и т.д.;

список 2 – утверждения, свойства объектов и т.д.

3. Сопоставить элементы списка 1 с элементами списка 2, сформировать пары элементов.

4. Записать попарно буквы и цифры (в зависимости от задания) вариантов ответа (например, А1 или Б4).

Вопрос : установите соответствие между понятием и его определением

Понятие	Определение
А. Симулякр	1. Человек боится оказаться в изоляции и потому молчит, если его мнение не совпадает с медийным большинством
Б. Спираль молчания	2. Знак, который не отсылает к оригинальной реальности, а замещает её
В. Прайминг	3. Длительное воздействие телевизионных образов формирует искажённое восприятие вероятности событий
Г. Культивация	4. Предшествующая информация задаёт критерии оценки последующих событий

Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:

А	Б	В	Г

Правильный ответ:

Тема 5. Методологические и методические особенности исследования аудитории и текстов массовой коммуникации (УК-3.1)

Тестовые задания с инструкцией по выполнению

1. Задания открытого типа с развернутым ответом

Задание 1. Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ

1. Внимательно прочитать текст задания и понять суть вопроса.

2. Продумать логику и полноту ответа.

3. Записать ответ, используя четкие компактные формулировки.

4. В случае расчетной задачи, записать решение и ответ

Текст: «Исследователь хочет изучить, как читатели газеты "Вечерний город" интерпретируют редакционную статью о повышении налогов. Он планирует провести 10 глубинных интервью с подписчиками.»

Вопрос: Почему такой дизайн не позволяет сделать выводы обо всех читателях газеты? Как можно дополнить исследование для повышения валидности?

Ответ:

Задание 2. Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ

1. Внимательно прочитать текст задания и понять суть вопроса.

2. Продумать логику и полноту ответа.

3. Записать ответ, используя четкие компактные формулировки.

4. В случае расчетной задачи, записать решение и ответ

Текст: «При проведении контент-анализа 500 новостных сюжетов о протестах кодировщики по-разному классифицировали один и тот же сюжет: один назвал его "нейтральным", другой – "осуждающим протест".»

Вопрос: О какой проблеме методики говорит этот факт? Как её можно решить?

Ответ:

Задание 3. Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ

1. Внимательно прочитать текст задания и понять суть вопроса.

2. Продумать логику и полноту ответа.

3. Записать ответ, используя четкие компактные формулировки.

4. В случае расчетной задачи, записать решение и ответ

Текст: «Социально-ориентированный проект "Медиаграмотный пенсионер" предполагает проведение серии занятий с пожилыми людьми по распознаванию фейков.»

Вопрос: Какое рефлексивное мероприятие вы предложите для участников проекта, чтобы оценить развитие их гражданственности и профессионализма (по УК-2.5)? Опишите его формат и вопрос для обсуждения.

Ответ:

Задание 4. Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ

1. Внимательно прочитать текст задания и понять суть вопроса.

2. Продумать логику и полноту ответа.

3. Записать ответ, используя четкие компактные формулировки.

4. В случае расчетной задачи, записать решение и ответ

Текст: «Исследователь проводит анализ тональности (сентимент-анализ) комментариев к посту в соцсети. Программа автоматически классифицирует комментарии как "позитивные", "негативные" или "нейтральные".»

Вопрос: В чём ограничение автоматического сентимент-анализа по сравнению с ручным кодированием? Приведите пример комментария, который машина может неверно классифицировать.

Ответ:

2. Задания комбинированного типа с выбором одного правильного ответа и обоснованием

Задание 5. Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа

1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов.

2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.

3. Выбрать один верный ответ.

4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа.

5. Записать аргументы, обосновывающие выбор ответа (например, 4 текст обоснования).

Текст: Для исследования восприятия рекламы алкоголя среди подростков исследователь собирает фокус-группу из 8 человек – участников школьного театрального кружка.

Вопрос: Какое основное ограничение данного подхода с точки зрения методологии?

- А. Малый размер выборки
- Б. Отсутствие репрезентативности и риск систематической ошибки
- В. Невозможность провести статистический анализ
- Г. Нарушение этических норм

Правильный ответ:

Пояснение:

Задание 6. Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа

1. Внимательно прочитайте текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов.

2. Внимательно прочитайте предложенные варианты ответа.

3. Выбрать один верный ответ.

4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа.

5. Записать аргументы, обосновывающие выбор ответа (например, 4 текст обоснования).

Текст: Команда проекта планирует изучить эффективность социальной рекламы против курения. Нужно выбрать метод сбора данных, который минимизирует эффект социальной желательности.

Вопрос: Какой метод предпочтительнее?

- А. Глубинное интервью
- Б. Анонимный онлайн-опрос
- В. Фокус-группа
- Г. Анализ цифровых следов (поисковые запросы о способах бросить курить)

Правильный ответ:

Пояснение:

3. Задания закрытого типа

Задание 7. Прочитайте текст, выберите правильный ответ

1. Внимательно прочитайте текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов.

2. Внимательно прочитайте предложенные варианты ответа.

3. Выбрать один верный ответ.

4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа (например, 3 или В).

Вопрос: Какой метод исследования медиатекстов предполагает выделение категорий, единиц анализа и подсчёт их частот?

- А. Дискурс-анализ
- Б. Контент-анализ
- В. Нарративный анализ
- Г. Семиотический анализ

Правильный ответ:

Задание 8. Прочитайте текст, выберите правильные ответы

1. Внимательно прочитайте текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается несколько правильных ответов из предложенных вариантов.

2. Внимательно прочитайте предложенные варианты ответа.

3. Выбрать несколько правильных ответов.

4. Записать только номера (или буквы) выбранного варианта ответа (например, 1 4 или А Г).

Вопрос: Какие два метода относятся к методам исследования **аудитории** массовой коммуникации?

- А. Фокус-группа
- Б. Контент-анализ заголовков
- В. Анализ цифровых следов (big data)
- Г. Семиотический анализ рекламы

Правильные ответы:

Задание 9. Прочитайте текст и установите последовательность

1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается последовательность элементов.
2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.
3. Построить верную последовательность из предложенных элементов.
4. Записать буквы/цифры (в зависимости от задания) вариантов ответа в нужной последовательности (например, БВА или 135).

Вопрос: Расположите этапы в логическом порядке:

- А. Сбор данных
- Б. Формулировка цели и гипотез
- В. Операционализация понятий
- Г. Построение выборки и выбор методов

Правильный ответ:

Задание 10. Прочитайте текст и установите соответствие

1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидаются пары элементов.
2. Внимательно прочитать оба списка: список 1 – вопросы, утверждения, факты, понятия и т.д.; список 2 – утверждения, свойства объектов и т.д.
3. Сопоставить элементы списка 1 с элементами списка 2, сформировать пары элементов.
4. Записать попарно буквы и цифры (в зависимости от задания) вариантов ответа (например, А1 или Б4).

Вопрос: установите соответствие между методом и его характеристикой

Метод	Тип / характеристика
А. Анализ фреймов	1. Количественный анализ текста через подсчёт категорий
Б. Дневниковая панель	2. Качественный анализ способов подачи события (рамок)
В. Контент-анализ	3. Участники фиксируют своё медиапотребление в течение времени
Г. Интент-анализ	4. Выявление намерений и мотивов автора текста

Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:

А	Б	В	Г

Правильный ответ:

Тема 6. Влияние масс медиа на общественное сознание. СМК как субъект конфликтного взаимодействия (УК-3.1, УК-3.2)

1. Задания открытого типа с развернутым ответом

Задание 1. Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ

1. Внимательно прочитайте текст задания и понять суть вопроса.
2. Продумать логику и полноту ответа.
3. Записать ответ, используя четкие компактные формулировки.
4. В случае расчетной задачи, записать решение и ответ

Текст: «В городе К. несколько лет подряд местная газета "Наш край" публиковала заметки о нападениях собак на детей, хотя статистика таких случаев была стабильно низкой. После этого жители начали требовать от властей отстрела бездомных животных.»

Вопрос: Какие механизмы влияния СМК на общественное сознание (стереотипизация, мифологизация, персуазивная коммуникация) проявились в этом примере? Объясните один из них.

Ответ:

Задание 2. Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ

1. Внимательно прочитайте текст задания и понять суть вопроса.
2. Продумать логику и полноту ответа.
3. Записать ответ, используя четкие компактные формулировки.
4. В случае расчетной задачи, записать решение и ответ

Текст: «В ходе трудового конфликта на заводе профсоюз создал Telegram-канал, где публиковал видео нарушений техники безопасности, а администрация запустила ролики на местном ТВ о «стабильности и высокой зарплате».»

Вопрос: Какую модель поведения СМК в конфликте демонстрирует профсоюз, а какую – администрация? Назовите каждую и объясните одним предложением.

Ответ:

Задание 3. Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ

1. Внимательно прочитайте текст задания и понять суть вопроса.
2. Продумать логику и полноту ответа.
3. Записать ответ, используя четкие компактные формулировки.
4. В случае расчетной задачи, записать решение и ответ

Текст: «Социолог изучает, как студенческие группы в мессенджерах обсуждают новость о повышении возраста выхода на пенсию. Он замечает, что если в группе первым высказывается сторонник реформы, то остальные чаще соглашаются (эффект "спирали молчания" на микроуровне).»

Вопрос: Как межличностная и групповая коммуникация (УК-3.1) опосредует влияние масс медиа на сознание? Приведите один механизм из теории групповой динамики.

Ответ:

Задание 4. Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ

1. Внимательно прочитайте текст задания и понять суть вопроса.
2. Продумать логику и полноту ответа.
3. Записать ответ, используя четкие компактные формулировки.
4. В случае расчетной задачи, записать решение и ответ

Текст: «В условиях информационной войны одна сторона запускает фейк о жестокости военных другой стороны, сопровождая его поддельным видео. Через сутки фейк опровергают фактчекеры, но миллионы просмотров уже получены.»

Вопрос: Почему в эпоху постистины опровержения часто неэффективны? Назовите одну причину, опираясь на концепцию «постправды».

Ответ:

2. Задания комбинированного типа с выбором одного правильного ответа и обоснованием

Задание 5. Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа

1. Внимательно прочитайте текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов.

2. Внимательно прочитайте предложенные варианты ответа.

3. Выбрать один верный ответ.

4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа.

5. Записать аргументы, обосновывающие выбор ответа (например, 4 текст обоснования).

Текст: Во время протестов в городе телеканал постоянно транслирует кадры разбитых витрин и горящих машин, почти не показывая мирные митинги и переговоры властей с организаторами.

Вопрос: Какую модель поведения СМК в конфликте иллюстрирует этот пример?

А. Арбитр

Б. Адвокат

В. Провокатор

Г. Сторожевой пёс

Правильный ответ:

Пояснение:

Задание 6. Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа

1. Внимательно прочитайте текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов.

2. Внимательно прочитайте предложенные варианты ответа.

3. Выбрать один верный ответ.

4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа.

5. Записать аргументы, обосновывающие выбор ответа (например, 4 текст обоснования).

Текст: Исследователь хочет выяснить, как в трудовом коллективе распространяется новость о грядущих сокращениях, прочитанная в провластной газете. Он предполагает, что мнение неформального лидера будет важнее прямого воздействия статьи.

Вопрос: Какой теоретический концепт он использует?

А. Теория культивации

Б. Двухступенчатый поток коммуникации (П. Лазарсфельд)

В. Теория спирали молчания

Г. Концепция идеологической гегемонии

Правильный ответ:

Пояснение:

3. Задания закрытого типа

Задание 7. Прочитайте текст, выберите правильный ответ

1. Внимательно прочитайте текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов.

2. Внимательно прочитайте предложенные варианты ответа.

3. Выбрать один верный ответ.

4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа (например, 3 или В).

Вопрос: Кто ввёл понятие «стереотип» применительно к медиавлиянию в книге «Общественное мнение»?

А. Г. Лассуэлл

Б. У. Липпман

В. Э. Бернейс

Г. С. Холл

Правильный ответ:

Задание 8. Прочитайте текст, выберите правильные ответы

1. Внимательно прочитайте текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается несколько правильных ответов из предложенных вариантов.
2. Внимательно прочитайте предложенные варианты-ты ответа.
3. Выбрать несколько правильных ответов.
4. Записать только номера (или буквы) выбранного варианта ответа (например, 1 4 или А Г).

Вопрос: Какие два явления относятся к групповой коммуникации (УК-3.1) в контексте массовых коммуникационных процессов?

- А. Просмотр новостей в одиночестве
- Б. Обсуждение фейковых новостей в семейном чате
- В. Реакция аудитории кинотеатра на фильм (смех, аплодисменты)
- Г. Чтение передовицы газеты

Правильные ответы:

Задание 9. Прочитайте текст и установите последовательность

1. Внимательно прочитайте текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается последовательность элементов.
2. Внимательно прочитайте предложенные варианты ответа.
3. Построить верную последовательность из предложенных элементов.
4. Записать буквы/цифры (в зависимости от задания) вариантов ответа в нужной последовательности (например, БВА или 135).

Вопрос: Расположите стадии в порядке развития:

- А. СМИ предлагают интерпретацию (фрейм) проблемы
- Б. Проблема попадает в повестку дня учреждений (власти)
- В. Происходит событие, потенциально угрожающее ценностям
- Г. СМИ тиражируют сенсационные случаи, создавая ощущение массовости

Правильный ответ:

Задание 10. Прочитайте текст и установите соответствие

1. Внимательно прочитайте текст задания и понять, что в качестве ответа ожидаются пары элементов.
2. Внимательно прочитайте оба списка: список 1 – вопросы, утверждения, факты, понятия и т.д.; список 2 – утверждения, свойства объектов и т.д.
3. Сопоставить элементы списка 1 с элементами списка 2, сформировать пары элементов.
4. Записать попарно буквы и цифры (в зависимости от задания) вариантов ответа (например, А1 или Б4).

Вопрос: установите соответствие между моделью поведения и её характеристикой

Модель поведения СМК в конфликте	Характеристика
А. «Сторожевой пёс»	1. Открыто поддерживает одну сторону, использует эмоционально окрашенную лексику
Б. «Адвокат»	2. Намеренно искажает факты, разжигает вражду, публикует непроверенные данные
В. «Провокатор»	3. Стремится к балансу, публикует мнения обеих сторон, призывает к диалогу

Модель поведения СМК в конфликте	Характеристика
Г. «Арбитр»	4. Предупреждает о нарушениях, фиксирует события без явной поддержки сторон

Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:

А	Б	В	Г

Правильный ответ:

Тема 7. Медиакампании (УК-3.1)

Тестовые задания с инструкцией по выполнению

1. Задания открытого типа с развернутым ответом

Задание 1. Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ

1. Внимательно прочитайте текст задания и понять суть вопроса.
2. Продумать логику и полноту ответа.
3. Записать ответ, используя четкие компактные формулировки.
4. В случае расчетной задачи, записать решение и ответ

Текст: «Социально-ориентированный проект "Безопасный интернет" планирует медиакампанию для родителей подростков 12–14 лет. Цель – снизить риск вовлечения детей в деструктивные группы. Бюджет кампании – 50 000 руб., команда – 4 человека (социолог, дизайнер, SMM-менеджер, психолог). Ресурсное ограничение: нет возможности размещать платную рекламу на ТВ.»

Вопрос: Сформулируйте гипотезу решения проблемы (какой эффект и как будет достигнут) с учётом ограничений. Укажите один канал коммуникации, доступный команде.

Ответ:

Задание 2. Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ

1. Внимательно прочитайте текст задания и понять суть вопроса.
2. Продумать логику и полноту ответа.
3. Записать ответ, используя четкие компактные формулировки.
4. В случае расчетной задачи, записать решение и ответ

Текст: «После завершения медиакампании по пропаганде здорового питания замеры показали: запоминаемость слогана составила 70%, но доля школьников, выбравших в столовой овощи вместо пиццы, выросла всего на 3% (с 5% до 8%).»

Вопрос: О каком расхождении между коммуникативной и поведенческой эффективностью говорит этот результат? Назовите одну возможную причину такого расхождения.

Ответ:

Задание 3. Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ

1. Внимательно прочитайте текст задания и понять суть вопроса.
2. Продумать логику и полноту ответа.
3. Записать ответ, используя четкие компактные формулировки.
4. В случае расчетной задачи, записать решение и ответ

Текст: «Команда проекта планирует контрпропагандистскую кампанию против распространения фейков о вакцинации среди молодёжи. Целевая аудитория – студенты 18–22 лет, которые активно пользуются Telegram и YouTube. Этическое ограничение: нельзя оскорблять или высмеивать антиваксеров.»

Вопрос: Предложите рефлексивное мероприятие для участников проекта, направленное на развитие профессионализма и гражданственности (по УК-2.5). Опишите формат и ключевой вопрос.

Ответ:

Задание 4. Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ

1. Внимательно прочитать текст задания и понять суть вопроса.
2. Продумать логику и полноту ответа.
3. Записать ответ, используя четкие компактные формулировки.
4. В случае расчетной задачи, записать решение и ответ

Текст: «Паспорт социально-ориентированного проекта "Чистый город" включает цель: "Снизить количество несанкционированных свалок в районе на 30% за 6 месяцев". Метод – медиакампания + субботники. Состав участников: 2 эоактивиста (опыт участия в субботниках), 1 SMM-специалист (навык таргета), 1 дизайнер, 1 социолог (опыт замеров). Бюджет – 100 000 руб.»

Вопрос: Какие компетенции участников критически важны для оценки эффективности кампании после её завершения? Кто именно их обеспечивает?

Ответ:

2. Задания комбинированного типа с выбором одного правильного ответа и обоснованием

Задание 5. Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа

1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов.
2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.
3. Выбрать один верный ответ.
4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа.
5. Записать аргументы, обосновывающие выбор ответа (например, 4 текст обоснования).

Текст: Медиакампания по сбору средств для приюта животных разместила баннеры с текстом: «Помогите нам – 100 рублей спасут жизнь». CTR (кликабельность) баннера составил 0,5%, но при этом пожертвования выросли в 10 раз по сравнению с прошлым месяцем.

Вопрос: Какая метрика лучше отражает реальный успех кампании?

- А. CTR
- Б. Охват
- В. Поведенческая эффективность (сумма донатов)
- Г. Запоминаемость слогана

Правильный ответ:

Пояснение:

Задание 6. Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа

1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов.
2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.
3. Выбрать один верный ответ.
4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа.
5. Записать аргументы, обосновывающие выбор ответа (например, 4 текст обоснования).

Текст: Команда разрабатывает паспорт социального проекта «Медиаграмотные родители». В проект входят: социолог (знает методы опросов), психолог (знает детскую аудиторию), журналист (умеет писать тексты), студент-волонтер (желание помогать). Ресурсное ограничение: нет денег на платные соцсети.

Вопрос: Какой этап медиакампании потребует наибольшей корректировки из-за отсутствия бюджета на платное продвижение?

- А. Целеполагание
- Б. Медиаплан (выбор каналов)
- В. Креативная стратегия
- Г. Оценка эффективности

Правильный ответ:

Пояснение:

3. Задания закрытого типа

Задание 7. Прочитайте текст, выберите правильный ответ

1. Внимательно прочитайте текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов.

2. Внимательно прочитайте предложенные варианты ответа.

3. Выбрать один верный ответ.

4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа (например, 3 или В).

Вопрос: Какой показатель медиаметрии обозначает «суммарный рейтинг» – общее количество контактов с аудиторией, делённое на 100?

А. CTR показатель кликабельности (кликаемости)

Б. GRP (Gross Rating Point) суммарный (валовой) рейтинговый пункт. Используется в телевизионной и радиорекламе

В. CPC стоимость за один клик. Модель оплаты в интернет-рекламе

Г. ROI возврат инвестиций (окупаемость вложений)

Правильный ответ:

Задание 8. Прочитайте текст, выберите правильные ответы

1. Внимательно прочитайте текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается несколько правильных ответов из предложенных вариантов.

2. Внимательно прочитайте предложенные варианты ответа.

3. Выбрать несколько правильных ответов.

4. Записать только номера (или буквы) выбранного варианта ответа (например, 1 4 или А Г).

Вопрос: Какие два метода относятся к социологическим исследованиям в поддержку медиакампании?

А. Предварительное тестирование материалов (pretest)

Б. Подсчёт CTR в личном кабинете рекламной платформы

В. Посткампанийный опрос целевой аудитории

Г. Анализ цветовой гаммы логотипа дизайнером

Правильные ответы:

Задание 9. Прочитайте текст и установите последовательность

1. Внимательно прочитайте текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается последовательность элементов.

2. Внимательно прочитайте предложенные варианты ответа.

3. Построить верную последовательность из предложенных элементов.

4. Записать буквы/цифры (в зависимости от задания) вариантов ответа в нужной последовательности (например, БВА или 135).

Вопрос: Расположите этапы в логическом порядке:

А. Выбор каналов и медиаплан

Б. Анализ целевой аудитории

В. Постановка целей и гипотез

Г. Креативная стратегия и создание материалов

Правильный ответ:

Задание 10. Прочитайте текст и установите соответствие

1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидаются пары элементов.

2. Внимательно прочитать оба списка: список 1 – вопросы, утверждения, факты, понятия и т.д.;

список 2 – утверждения, свойства объектов и т.д.

3. Сопоставить элементы списка 1 с элементами списка 2, сформировать пары элементов.

4. Записать попарно буквы и цифры (в зависимости от задания) вариантов ответа (например, А1 или Б4).

Вопрос: установите соответствие между типом эффективности и её измерением

Тип эффективности	Пример измерения
А. Медиаметрия	1. «Выросла доля купивших товар с 5% до 12%»
Б. Коммуникативная эффективность	2. «Охват кампании составил 200 000 человек, частота – 3,4»
В. Поведенческая эффективность	3. «Запоминаемость слогана выросла с 10% до 55%»

Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:

А	Б	В

Правильный ответ:

7. Методические материалы по освоению дисциплины (модуля)

Подготовка к лекциям.

Главное в период подготовки к лекционным занятиям – научиться методам самостоятельного умственного труда, сознательно развивать свои творческие способности и овладевать навыками творческой работы. Для этого необходимо строго соблюдать дисциплину учебы и поведения. Четкое планирование своего рабочего времени и отдыха является необходимым условием для успешной самостоятельной работы. В основу его нужно положить рабочие программы изучаемых в семестре дисциплин. Каждому обучающемуся следует составлять еженедельный и семестровый планы работы, а также план на каждый рабочий день. С вечера всегда надо распределять работу на завтрашний день. В конце каждого дня целесообразно подводить итог работы: тщательно проверить, все ли выполнено по намеченному плану, не было ли каких-либо отступлений, а если были, по какой причине это произошло. Нужно осуществлять самоконтроль, который является необходимым условием успешной учебы. Если что-то осталось невыполненным, необходимо изыскать время для завершения этой части работы, не уменьшая объема недельного плана.

Самостоятельная работа на лекции.

Слушание и запись лекций – сложный вид вузовской аудиторной работы. Внимательное слушание и конспектирование лекций предполагает интенсивную умственную деятельность обучающегося. Краткие записи лекций, их конспектирование помогает усвоить учебный материал. Конспект является полезным тогда, когда записано самое существенное, основное и сделано это самим обучающимся. Не надо стремиться записать дословно всю лекцию. Такое «конспектирование» приносит больше вреда, чем пользы. Запись лекций рекомендуется вести по возможности собственными формулировками. Желательно запись осуществлять на одной странице, а следующую оставлять для проработки учебного материала самостоятельно в домашних условиях. Конспект лекции лучше подразделять на пункты, параграфы, соблюдая

красную строку. Этому в большой степени будут способствовать пункты плана лекции, предложенные преподавателям. Принципиальные места, определения, формулы и другое следует сопровождать замечаниями «важно», «особо важно», «хорошо запомнить» и т.п. Можно делать это и с помощью разноцветных маркеров или ручек. Лучше если они будут собственными, чтобы не приходилось просить их у однокурсников и тем самым не отвлекать их во время лекции. Целесообразно разработать собственную «маркографию» (значки, символы), сокращения слов. Не лишним будет и изучение основ стенографии. Работая над конспектом лекций, всегда необходимо использовать не только учебник, но и ту литературу, которую дополнительно рекомендовал лектор. Именно такая серьезная, кропотливая работа с лекционным материалом позволит глубоко овладеть знаниями.

Подготовка к практическим занятиям.

Подготовку к каждому практическому занятию каждый обучающийся должен начать с ознакомления с планом практического занятия, который отражает содержание предложенной темы. Тщательное продумывание и изучение вопросов плана основывается на проработке текущего материала лекции, а затем изучения обязательной и дополнительной литературы, рекомендованную к данной теме. На основе индивидуальных предпочтений обучающемуся необходимо самостоятельно выбрать тему доклада по проблеме практического занятия и по возможности подготовить по нему презентацию. Если программой дисциплины предусмотрено выполнение практического задания, то его необходимо выполнить с учетом предложенной инструкции (устно или 10 письменно). Все новые понятия по изучаемой теме необходимо выучить наизусть и внести в глоссарий, который целесообразно вести с самого начала изучения курса. Результат такой работы должен проявиться в способности обучающегося свободно ответить на теоретические вопросы практического занятия, его выступлении и участии в коллективном обсуждении вопросов изучаемой темы, правильном выполнении практических заданий и контрольных работ.

Структура практического занятия:

В зависимости от содержания и количества отведенного времени на изучение каждой темы может практическое занятие состоять из четырех-пяти частей:

1. Обсуждение теоретических вопросов, определенных программой дисциплины.
2. Доклад и/ или выступление с презентациями по проблеме практического занятия.
3. Обсуждение выступлений по теме – дискуссия.
4. Выполнение практического задания с последующим разбором полученных результатов или обсуждение практического задания, выполненного дома, если это предусмотрено программой.
5. Подведение итогов занятия.

Первая часть – обсуждение теоретических вопросов - проводится в виде фронтальной беседы со всей группой и включает выборочную проверку преподавателем теоретических знаний обучающихся. Примерная продолжительность – до 15 минут. Вторая часть – выступление обучающихся с докладами, которые должны сопровождаться презентациями с целью усиления наглядности восприятия, по одному из вопросов практического занятия. Обязательный элемент доклада – представление и анализ статистических данных, обоснование социальных последствий любого экономического факта, явления или процесса. Примерная продолжительность – 20-25 минут. После докладов следует их обсуждение – дискуссия. В ходе этого этапа практического занятия могут быть заданы уточняющие вопросы к докладчикам. Примерная продолжительность – до 15-20 минут. Если программой предусмотрено выполнение практического задания в рамках конкретной темы, то преподавателями определяется его содержание и дается время на его выполнение, а затем идет обсуждение результатов. Если практическое задание должно было быть выполнено дома, то на практическом занятии преподаватель проверяет его выполнение (устно или письменно). Примерная продолжительность – 15-20 минут. Подведением итогов заканчивается практическое занятие. Обучающимся должны быть объявлены оценки за работу и даны их четкие обоснования.

Примерная продолжительность – 5 минут.

Работа с литературными источниками.

В процессе подготовки к практическим занятиям, обучающимся необходимо обратить особое внимание на самостоятельное изучение рекомендованной учебно-методической (а также научной и популярной) литературы. Самостоятельная работа с учебниками, учебными пособиями, научной, справочной и популярной литературой, материалами периодических изданий и Интернета, статистическими данными является наиболее эффективным методом получения знаний, позволяет значительно активизировать процесс овладения информацией, способствует более глубокому усвоению изучаемого материала, формирует у обучающихся свое отношение к конкретной проблеме. Более глубокому раскрытию вопросов способствует знакомство с дополнительной литературой, рекомендованной преподавателем, что позволяет обучающимся проявить свою индивидуальность в рамках выступления на занятиях, выявить широкий спектр мнений по изучаемой проблеме.

8. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет

8.1. Основная литература

1. Воеводина, Е. В. Социология массовых коммуникаций : учебник / Е. В. Воеводина, А. В. Носкова, А. С. Проскурина. – Москва : Финансовый университет, 2023. – 205 – Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. – URL: <https://e.lanbook.com/book/487397> (дата обращения: 04.05.2026)
2. Дягилев, В. В. Социология массовых коммуникаций: Практикум : учебное пособие / В. В. Дягилев, П. В. Разов, Т. А. Замиралова – Москва : Прометей, 2022. – 186 с. – Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. – URL: <https://e.lanbook.com/book/265010> (дата обращения: 04.05.2026)
3. Гостенина, В. И. Социология массовой коммуникации : учебник – 2-е изд., перераб. / В.И. Гостенина, А.Г. Киселев. – Москва : ИНФРА-М, 2024.– Текст : электронный. – URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2104847> (дата обращения: 04.05.2026)
4. Социология массовых коммуникаций : учебное пособие/ составитель Е. В. Воеводина. – Москва : Прометей, 2020. – 82 с. – Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/165943> (дата обращения: 04.05.2026)

8.2. Дополнительная литература

1. Логунова, Л. Ю. Социология коммуникаций и глобализации : учебное пособие / Л. Ю. Логунова ; Новосиб. гос. ун-т экономики и управления. - Новосибирск : НГУЭУ, 2023. - 176 с. - ISBN 978-5-7014-1105-8. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2186271> (дата обращения: 04.05.2026).
2. Правовое обеспечение сферы массовых коммуникаций : учебно-методическое пособие / сост. А. А. Пронин. – Москва : Директ-Медиа, 2024. - 61 с. – ISBN 978-5-4499-4693-5. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2243382> (дата обращения: 04.05.2026).
3. Руденко, А. М. Психология массовых коммуникаций : учебник / А.М. Руденко, А.В. Литвинова ; под ред. А.М. Руденко. — Москва : РИОР : ИНФРА-М, 2025. — 303 с. — (Высшее образование). — <https://doi.org/10.12737/23673>. - ISBN 978-5-369-01663-3. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2152239> (дата обращения: 04.05.2026).
4. Менеджмент массовых коммуникаций : учебное пособие / Ю. А. Дроздова, В. В. Торгушникова, Е. Г. Смолина, А. Н. Сырбу ; Волгоградский институт управления – филиал РАНХиГС. – Волгоград : Изд-во Волгоградского института управления – филиала РАНХиГС, 2025. - 66 с. – ISBN 978-5-7786-0941-9. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2255271> (дата обращения: 04.05.2026).

8.4. Интернет-ресурсы

Научная электронная библиотека «КИБЕРЛЕНИНКА»	https://cyberleninka.ru/
ЭБС «ЛАНЬ»	https://e.lanbook.com
ЭБС «ЗНАНИУМ»	https://znanium.ru
ЭБС «SOCHUM»	https://sochum.ru

9. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы

Требования к аудитории:

- Лекционные
- Семинарские
- Помещения для самостоятельной работы

Требования к оборудованию:

- Доска
- проектор
- ПК (стационарный) или ноутбук: операционная система: не ниже Windows 7 (или аналогичная по функциям)

Требования к программному обеспечению:

- пакет Microsoft Office