

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

СЕВЕРО-ВОСТОЧНЫЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
КАФЕДРА СОЦИОЛОГИИ И ФИЛОСОФИИ

УТВЕРЖДАЮ
Декан социально-гуманитарного
факультета


Ю.Е.Якунина
« 04 » марта 2018 г.

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

Б1.В.ОД.11 «Социология коммуникаций»
(с изменениями и дополнениями от 18.11.2014 г.)

Направление подготовки
39.03.01 «Социология»

Профиль подготовки
«Социология маркетинга и рекламы»

Квалификация (степень) выпускника
Бакалавр

Автор: Чепенко Людмила Васильевна, старший преподаватель кафедры социологии и философии СВГУ

Подпись



дата

03.03.18г.

Заведующий кафедрой социологии и философии: Леснов Александр Вадимович,
канд. филос. наук, доцент кафедры социологии и философии

Подпись



дата

03.03.18г.

Магадан, 2018 г.

1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

№	Модули, разделы (темы) дисциплины	Код контролируемой компетенции	Наименование оценочного средства
1.	1 модуль «Коммуникация и общество»	ОК-6, ОПК-1, ОПК-3, ОПК-5, ПК-10, ПК-11, ПК-12	Устный опрос (оценка ответа, сообщения, доклада). Активность студента (участие в дискуссии, оппонирование, анализ ответов, дополнения).
2.	2 модуль «Коммуникационные институты общества»	ОК-6, ОПК-1, ОПК-3, ОПК-5, ПК-10, ПК-11, ПК-12	Устный опрос (оценка ответа, сообщения, доклада). Активность студента (участие в дискуссии, оппонирование, анализ ответов, дополнения).
3.	3 модуль «Тенденции развития СМИ в современных обществах»	ОК-6, ОПК-1, ОПК-3, ОПК-5, ПК-10, ПК-11, ПК-12	Устный опрос (оценка ответа, сообщения, доклада). Активность студента (участие в дискуссии, оппонирование, анализ ответов, дополнения).
4.	4 модуль «Тенденции развития СМИ»	ОК-6, ОПК-1, ОПК-3, ОПК-5, ПК-10, ПК-11, ПК-12	Устный опрос (оценка ответа, сообщения, доклада). Активность студента (участие в дискуссии, оппонирование, анализ ответов, дополнения).

2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание уровня оценивания сформированности компетенции

Критерии оценки ответа при проведении устного опроса Формирование компетенций оценивается в ходе устного опроса на семинарских занятиях по темам модулей.

2 балла – полные, логические ответы на поставленные вопросы, выводы, обобщения, ответы на уточняющие вопросы преподавателя, владение философской терминологией.

1 балл – ответы на поставленные вопросы полные, но не сделаны выводы, обобщения, не даны ответы на уточняющие вопросы преподавателя.

0,5 балла – ответы на поставленные вопросы неполные, допущены ошибки, нет выводов, обобщений.

Критерии оценки активности

1 балл – участие в дискуссии, дебатах, качественная подготовка к устному опросу, готовность конспектов, проектов, дополнения в ходе семинара, ответы на дополнительные вопросы преподавателя и др.

0,5 балла – удовлетворительная подготовка к устному опросу, готовность конспектов, дополнения в ходе семинара.

Оценка уровня сформированности компетенций осуществляется на основании критериев модульно-рейтинговой системы в последнем семестре изучения дисциплины.

Критерии оценки выполнения контрольной работы

Контрольные работы оцениваются по пятибалльной шкале. Оценки «4» и «5» выставляются в случае, если учащийся правильно выполнил задание, верно оформил текстовую часть и сумел аргументированно изложить содержание своей работы. Оценка «3» выставляется в случае выполнения контрольной работы с допущенными ошибками. В прочих случаях выставляется оценка «2».

Оценка уровня сформированности компетенций осуществляется на основании критериев модульно-рейтинговой системы в последнем семестре изучения дисциплины

Уровни сформированности компетенции	Основные признаки уровня
Компетенции не сформированы	менее 50%
Пороговый уровень	50-65%
Повышенный уровень	65-85%
Высокий уровень	85-100%

3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

А. Формы текущего контроля

3.1. Контрольные работы. - Не предусмотрены

3.2. Лабораторные работы. - Не предусмотрены

3.3. Образцы тестов.

1. Кто является автором модели массовой коммуникации, ставшей классической в теории журналистики и социологии СМК?

- 1) П. Лазарсфельд
- 2) Дж. Гербнер
- 3) Р. Мертон
- 4) Г. Лассуэлл
- 5) М. Мак-Люэн

2. По мнению Г. Лассуэла гейткипперами, контролирующими поток массовой информации, являются

1. Техники
2. Журналисты
3. Редакторы
4. Инженеры

3. Какая теория, рассматривает СМИ как инструмент безграничного влияния на массовое сознание.

1. Концепция публичных арен
2. Теория волшебной пули
3. Теория «разрывов в знании» или информационного дефицита.
4. Теория повестки дня.

4. Основными чертами альтернативной парадигмы в изучении СМК, сложившейся в 70-гг XX века являются:

- 1) Усиление внимания к медийным технологиям
- 2) Поиск путей увеличения эффективности пропаганды
- 3) Активное применение качественной методологии
- 4) Развитие количественных исследований

5. Напишите, как вы понимаете основную идею М. Мак-Люэна «средство сообщения есть само сообщение»?

6. Какой французский социолог-постмодернист, анализируя современные масс-медиа, рассматривает их с помощью идеи симулякров и системы кодов?

1. Ж. Бодрийяр
2. Ж. Лиотар
3. Ж. Деррида
4. Р. Барт

7. Дайте определение следующему понятию

Массовая коммуникация -

это

8. Приведите примеры

СМИ

СМК

9. Какой порядок знания характеризует СМИ как социальный институт, согласно типологии Г. Шпинера?

- 1) Академический порядок
- 2) Архивно-библиотечный порядок
- 3) Конституционно-правовой порядок

4) Экономический порядок

10. Подход, рассматривающий массово-коммуникативные процессы как зависимые и определяемые процессами более общего порядка – политическими экономическими и пр. называется:

- 1) Социальноориентированный
- 2) Медиаориентированный
- 3) Человекоориентированный

11. Приведите примеры иконического, индексального, символического знака, согласно типологии Пирса Ч.

Иконический знак _____

Индексальный знак _____

Символический знак _____

12. Кто из авторов рассматривал денотативный и коннотативный смыслы высказываний в качестве основных при анализе СМИ и рекламы?

1. Р. Барт
2. Ф. де Соссюр
3. Ж. Лиотар
4. М. Фуко

13. Какие из ниже перечисленных коммуникативных каналов не относятся к естественным?

- 1) Канал иконических документов
- 2) Канал символьных документов
- 3) Вербальный канал
- 4) Художественный канал
- 5) Невербальный канал.

14. Состояние культуры, когда коммуникационная деятельность происходит в формах устного управления или устного диалога называется?

1. Книжность
2. Словесность
3. Письменность
4. Мультимедийность

15. Имя Гуттенберга связано с изобретением

1. Телеграфа
2. Телефона
3. Печатной машины
4. Печатного станка.

3.4. Практикум.

Дайте определение следующим понятиям: «коммуникация», «общение», «речевая деятельность». Что общего и различного содержится в этих понятиях? В каком значении термин «коммуникация» выступает в данных сочетаниях: воздушные коммуникации, перспективные коммуникации, железнодорожные коммуникации?

Определите основные этапы становления и развития теории коммуникации. Систематизируйте материал темы в виде схемы по разделам: период, основные теории изучения коммуникации, имена специалистов, подходы к изучению коммуникации.

Определите имена отечественных и зарубежных ученых, которые, по-вашему, внесли значительный вклад в развитие социологии коммуникации. Аргументируйте свою точку зрения.

Прочитайте статью Е.П. Тавокина «Информация как научная категория» (Социологические исследования. 2006. № 11. С. 3-10.) Ответьте на следующие вопросы:

- Как менялось содержание термина информация в ходе развития науки и технических средств массовых коммуникаций?
- В каком значении в настоящее время выступает термин «информация»?
- Проиллюстрируйте примерами обмен данными между людьми, между человеком и автоматом, между автоматом и автоматом, а также обмен сигналами в животном и растительном мире.
- Перечислите основные функции информации в современном мире.

Какие факторы способствуют эффективности коммуникации? Назовите основные причины, создающие «коммуникативные барьеры» при передаче информации.

Подготовьте сообщение об одном из искусственных языков (волапюк, эсперанто, соль-ре-соль и т.д.) по следующей схеме: история создания, структура, функции, степень жизнеспособности (количество говорящих на языке, какую роль играл в момент возникновения, продолжает ли использоваться в современный период).

Одним из языков Швейцарии является ретророманский. Узнайте историю его создания. Каким языком (естественным или искусственным) он является? Аргументируйте свою точку зрения.

Являются ли суеверия семиотическими знаками? Приведите примеры суеверий, сохранившихся до настоящего времени в русской культуре. С чем связано их происхождение? Всегда ли можно восстановить их историю.

Охарактеризуйте искусство икебаны как семиотическую систему. Существует ли «язык цветов» в современной русской культуре? Попробуйте «составить букет», учитывая следующие параметры: социальный статус, биологический пол, возраст, характер межличностных отношений.

Текстовый обмен сообщениями одна из самых простых и распространенных форм общения в мобильной связи. Но иногда этот сервис доставляет пользователям некоторые неудобства. Чаще всего это происходит потому, что владельцы карманных компьютеров и сотовых телефонов не учитывают особенности общения через SMS. Существуют и территориальные отличия правил пользования SMS. Так, например, обмен текстовыми сообщениями во время совещаний в Финляндии считается вполне нормальным явлением, тогда как в США это воспринимается как проявление неуважения к собранию. Попробуйте сформулировать общие правила мобильной переписки для всех государств.

Приведите пример использования знаковой функции одежды, жестов как социального кода.

Раскройте специфику невербального поведения представителей разных культур. Покажите, что значение многих невербальных знаков интерпретируется по-разному в различных странах мира.

Прочитайте одну из предложенных статей и ответьте на следующие вопросы:

- Что такое слухи?
- Какие типологии слухов существуют?
- В каких условиях возникают и циркулируют слухи?
- По каким каналам они распространяются в обществе?

Прочитайте статью Гладарева Б.С. «Женщина, мужчина и мобильный телефон» (Социологические исследования. 2006. № 4. С. 68-76.) В статье анализируются результаты полевого исследования: "Пользователи мобильных телефонов в России. Сетевая перспектива". Оно было проведено автором в Петербурге при поддержке France Telecom и Telenor, включало 14 глубинных интервью с 7 мужчинами и 7 женщинами (20-30 лет) и организацию ведения дневников повседневной коммуникации (записи в них вели информанты). Ответьте на ряд вопросов:

Изложите основные положения постмодернистских коммуникационных теорий:

- а) модель Жана Бодрийяра (вещественная)
- б) модель Жили Делеза (постструктуралистская)
- в) модель Жака Деррида (деконструктивистская)

Прочитайте статью А.Д.Еляков «Информационная перегрузка людей» (Социологические исследования. 2005. № 5. С. 114-121.)

- Что такое «информационный мусор»?
- Назовите основные проблемы, возникающие в информационном обществе.
- Что такое «информационная культура»? Назовите ее компоненты.
- Выскажите собственное мнение о возможностях формирования информационной культуры в современной России.

Коммуникатор отвечает даже на невысказанные сомнения получателя информации. Например, в период войны с Японией американским специалистам по психологическим операциям было сложно склонять японских солдат к плену из-за имеющегося у них стереотипа, что смерть почетнее плена. И одним из аргументов по работе против данного стереотипа стала демонстрация последующей успешной жизни японских солдат и офицеров, ставших военнопленными еще в период русско-японской войны. Или такой пример: поскольку солдаты боялись оказаться в одиночестве, выпускаемые для противника газетные листки демонстрировали фотографии военнопленных только в коллективе. В период второй мировой войны произошла смена лозунга пропаганды среди немецких солдат со "Сдаваясь в плен, ты спасешь себя" на "Сдаваясь в плен, ты спасаешь свою семью". Какое коммуникативное сообщение соответствует ожиданиям получателя. является более эффективным?

В коммуникативном пространстве современного университета представлено взаимодействие представителей разных социальных групп: преподаватели, студенты, сотрудники, обслуживающий персонал и др. Покажите, каким образом осуществляются коммуникация по вертикали и по устойчивой дистанции в общении между студентами и преподавателями, связано ли это с информационным или социальным разрывом?

В статье Р.С. Костовой «Об информационной культуре студентов» (Социологические исследования. 2007. № 8. С. 134-136.) приведены результаты опроса студентов четырех вузов г. Тюмени, проведенного в 2005-2006 гг. в целях определения их уровня владения информационной культурой. Оцените уровень информационной культуры студентов СВГУ на основе предложенных в статье критериев.

Одной из форм деловой коммуникации является разговор по телефону, который имеет свою структуру:

- взаимные представления (20-25 секунд)
- введение собеседника в курс дела (40-45 секунд)
- обсуждение ситуации (100-115 секунд)
- заключительное слово

Проведите телефонный разговор с секретарем фирмы, где бы Вы хотели пройти практику. Каково оптимальное время для звонка? Постройте разговор в соответствии с представленной структурой. Закончите разговор на положительной оптимистической ноте.

Американский социолог Курт Левин выделил три основных стиля общения – авторитарный, демократический и попустительский (либеральный). Покажите на конкретных примерах, каким образом эти стили влияют на коммуникативное поведение адресанта-руководителя и адресата-подчиненного.

Б. Формы промежуточного контроля

3.5. Вопросы к экзамену по дисциплине.

1. Социология коммуникаций как отраслевая социологическая дисциплина.
2. Роль коммуникации в обществе.
3. История исследований СМК. Основные социологические школы и направления.
4. Типы и виды коммуникаций в обществе.
5. Массовая коммуникация: ее основные признаки и отличительные черты.
6. Влияния СМИ на аудиторию: цели, механизмы, результаты воздействия.
7. Способы количественного измерения влияния СМИ (хосты, аудиометры и пр.). Рейтинг Нильсена и проблема медиаизмерения.
8. Взаимодействие СМИ и аудитории: анализ теорий СМИ.
9. Свобода слова как основной принцип деятельности масс-медиа. История развития идеи «свободных» СМИ.
10. Нормативные модели функционирования СМИ.
11. Социальная миссия СМИ.
12. Новые виды журналистских практик.
13. Структура и особенности СМИ в различных странах мира (на выбор студента).
14. Особенности российской инфраструктуры СМИ.
15. Правовое регулирование деятельности СМИ в РФ.
16. Коммуникативные функции и дисфункции мобильной связи в современном обществе.
17. Современные практики и формы Интернет-коммуникаций.
18. Тенденции в сфере современных коммуникаций. Концепция нового международного информационного порядка.
19. Основные социологические методы изучения СМИ и аудитории.
20. Новейшие эмпирические исследования СМИ в России и за рубежом: основная проблематика и результаты.
21. Основные коммуникационные каналы общества: структура и история развития.
22. СМИ как социальный институт: структура, функции.
23. Журналистика как вид коммуникационной деятельности
24. Журналистика как профессия. Проблемы медиаэтики.

3.6. Билеты по дисциплине.

Билет 1.

1. Социология коммуникаций как отраслевая социологическая дисциплина.
2. Журналистика как профессия. Проблемы медиаэтики.

Билет 2.

1. Роль коммуникации в обществе.
2. Журналистика как вид коммуникационной деятельности.

Билет 3.

1. История исследований СМК. Основные социологические школы и направления.
2. СМИ как социальный институт: структура, функции.

Билет 4.

1. Типы и виды коммуникаций в обществе.
2. Основные коммуникационные каналы общества: структура и история развития.

Билет 5.

1. Массовая коммуникация: ее основные признаки и отличительные черты.
2. Новейшие эмпирические исследования СМИ в России и за рубежом: основная проблематика и результаты.

Билет 6.

1. Влияния СМИ на аудиторию: цели, механизмы, результаты воздействия.
2. Основные социологические методы изучения СМИ и аудитории.

Билет 7.

1. Способы количественного измерения влияния СМИ (хосты, аудиометры и пр.). Рейтинг Нильсена и проблема медиаизмерения.
2. Тенденции в сфере современных коммуникаций. Концепция нового международного информационного порядка.

Билет 8.

1. Взаимодействие СМИ и аудитории: анализ теорий СМИ.
2. Современные практики и формы Интернет-коммуникаций.

Билет 9.

1. Свобода слова как основной принцип деятельности масс-медиа. История развития идеи «свободных» СМИ.
2. Коммуникативные функции и дисфункции мобильной связи в современном обществе.

Билет 10.

1. Нормативные модели функционирования СМИ.
2. Правовое регулирование деятельности СМИ в РФ.

Билет 11.

1. Социальная миссия СМИ.
2. Особенности российской инфраструктуры СМИ.

Билет 12.

1. Новые виды журналистских практик.
2. Структура и особенности СМИ в различных странах мира (на выбор студента).

4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций

- оценка «отлично» выставляется в случаях, когда студент свободно владеет материалом, отвечает на дополнительные вопросы, демонстрирует высокий уровень сформированности необходимых компетенций;
- оценка «хорошо» выставляется в случаях, когда студент владеет материалом на хорошем уровне, но не отвечает на дополнительные вопросы, демонстрирует повышенный уровень сформированности необходимых компетенций;
- оценка «удовлетворительно» выставляется в случаях, когда студент владеет терминологическим аппаратом, основными знаниями, умениями и навыками, но не полностью раскрывает поставленные вопросы, не отвечает на дополнительные вопросы, не способен применять знания к анализу практики, демонстрирует пороговый уровень сформированности необходимых компетенций;
- оценка «неудовлетворительно» выставляется в случаях, когда студент не владеет материалом, не раскрывает содержания поставленных вопросов, демонстрирует уровень сформированности необходимых компетенций ниже порогового.