

Програмові вимоги і тести з дисципліни «Соціологія масової комунікації»

1. Масова комунікація як соціальне явище
2. Об'єкт і предмет соціології масових комунікацій
3. Виникнення масових комунікацій в суспільстві: функціональний підхід
4. Історія розвитку масової комунікації
5. Функції масової комунікації
6. Історія дослідження громадської думки
7. Поняття "громадська думка"
8. Вплив мас-медіа на громадську думку
9. Концептуальні підходи до вивчення впливу масових комунікацій на суспільство
10. Специфіка журналістської діяльності.
11. Основні напрями вивчення комунікатора
12. Вивчення безпосереднього зв'язку комунікатора і аудиторії.
13. Ставлення аудиторії до комунікатора
14. Шарлотський проект
15. Масова інформація у масових комунікаціях
16. Класичні методи аналізу масової інформації
17. Метод контент-аналізу
18. Метод контент-аналізу Ж.Кейзера
19. Дослідження ЗМІ: фактори інтересу, зародження, періодизація
20. Свобода слова і громадський контроль за діяльністю ЗМІ.
21. Нормативні теорії медіа.
22. Роль ЗМІ у політичному житті суспільства
23. Бар'єри комунікації і спотворення інформації
24. Аудиторія ЗМК: визначення, характеристики, показники

25. Дослідження аудиторії: соціальний і маркетинговий підходи
26. Медіа вимірювання - прикладні дослідження аудиторії ЗМІ
27. Кількісна і якісна методологія досліджень аудиторії
28. Поняття соціального інституту та історія його вивчення
29. ЗМК і бізнес
30. Політика і комунікація - шляхи взаємодії
31. ЗМК як ідеологічний інститут
32. Терміни та принципи медіапланування
33. Етапи медіапланування
34. Процес медіапланування
35. Практичне медіапланування - розробка медіа стратегії
36. Ефективність журналістики як предмет соціологічного дослідження
37. Вивчення ефективності мас-медіа у зарубіжній соціології
38. Психологічні аспекти ефективних комунікацій
39. Ефекти масової комунікації
40. Ефективність журналістики: сутність проблеми, критерії та показники

Тести

- 1. Який вчений вперше вжив поняття “соціологія”?**
- 2. Хто ввів у науковий обіг поняття « масова комунікація»?**
- 3. З якого століття термін «communication» існує в англійській мові?**
- 4. До підходів щодо розуміння природи інформації належить:**
- 5. До підходів щодо розуміння природи інформації належить:**
- 6. У спілкуванні виділяють моменти:**
- 7. У спілкуванні виділяють моменти:**
- 8. До елементів формули спілкування Г.Лассуелла не входить:**

9. Що Гегель вважав основним механізмом формування громадської думки?
10. Обов'язковим елементом громадської думки є:
11. Що є ґрунтом для виникнення громадської думки?
12. Термін «громадська думка» вперше використав:
13. Термін «громадська думка» виник у:
14. Хто першим методологічно обґрунтував необхідність вивчення преси в соціологічному аспекті?
15. В якому столітті термін «мас-медіа» починає вживатися стосовно газет?
16. Хто сформулював найпершу та найвідомішу лінійну модель комунікативного процесу?
17. До основних характеристик джерела інформації, яким соціологи приділяють велику увагу в дослідженні комунікатора, не належить:
18. До формалізованого методу аналізу змісту публікацій належить:
19. До класичного методу аналізу змісту публікацій не належить:
20. В якому році вперше був застосований метод контент-аналізу?
21. В якій країні вперше був застосований метод контент-аналізу?
22. Період "класичного" частотного контент-аналізу Г.Лассуелла-Б.Берельсона припадає на:
23. Провідну роль у розвитку і поширенні методу контент-аналізу відігравали і відіграють вчені:
24. Період різноманітного нестрогого частотного аналізу змісту в розвитку контент-аналізу припадає на:
25. Період удосконалених методик Ч.Осгуда і методик "машинного" контент-аналізу Ф.Стоуна припадає на:
26. Дослідження розвитку суспільства і людини на прикладі конкретних життєписів належить до методу:
27. Здатність інформації відповідати запитам споживача – це:
28. Однозначна відповідність інформації параметрам процесу, який відображається, - це:
29. Здатність інформації відображати реальний стан речей – це:

30. Здатність інформації відповідати потребам споживача в даний момент – це:
31. Призначення інформації для вузького кола осіб або конкретної особи – це:
32. До чинників, які впливають на мас-медіа в процесі відбору ними інформації, не належить:
33. Який політичний діяч у 30-ті роки ХХ ст. ввів в регулярну практику щотижневі звернення до народу в формі «Радіобесіди біля каміна»?
34. Перший етап досліджень впливу мас-медіа припадає на:
35. На якому етапі досліджень впливу мас-медіа з'явилися концепції, що пояснюють ефекти масової комунікації на рівні груп і суспільства?
36. Автором концепції «спіраль мовчання», яка пояснює роль ЗМІ у формуванні громадської думки, є:
37. Якому етапу досліджень впливу мас-медіа була притаманна переконаність в практично необмежених маніпулятивних можливостях масової комунікації?
38. Канал поширення політичної інформації, який регулює рух інформації від політичних організацій, установ:
39. Канал поширення політичної інформації, який призначений для передачі політичної інформації конкретними учасниками політичних подій, лідерами політичних організацій і державних органів:
40. Канал поширення політичної інформації, коли інформація виходить від ЗМК, науково-дослідних та соціологічних центрів:
41. Канал поширення політичної інформації, який позбавлений достовірно відомого джерела інформації, основне його джерело – чутки:
42. Перешкоди комунікації, які пов'язані з взаємовідносинами між комунікатором і реципієнтом, їх установками до каналу інформації:
43. Перешкоди комунікації, які виникають через сенсорні здібності, особливості людського сприйняття, здатність людського мозку до запам'ятовування і переробки інформації:
44. Перешкоди комунікації, які виражені в належності комунікантів до різних соціальних груп, обумовлені соціальними нормами, заборонами, обмеженнями в отриманні інформації:
45. Типами аудиторії не можуть бути:
46. До основних темпоральних циклів телеперегляду не належить:

47. Основні методики вимірювання аудиторії склалися в практиці прикладних досліджень в:
48. Історично перша технологія вимірювання телеаудиторії була розроблена у:
49. Конкретний випуск друкованого видання (телепрограма, радіопередача), в якому розміщено рекламне повідомлення:
50. Сукупність засобів поширення реклами, однотипних з погляду способу передачі інформації, які характеризуються однакою типом сприйняття їх аудиторією:
51. Кількість контактів з рекламним оголошенням, які мав середній представник цільової аудиторії:
52. Вартість витрат на рекламу, що припадає на 1000 людей, відображає показник:
53. Визначення маркетингово-рекламної перспективи компанії в світлі застосування різних типів рекламних носіїв є завданням:
54. З робіт якого вченого бере початок американська інституційна школа в економіці?
55. Хто є найвизнанішим представником неоінституціоналізму?
56. До основних чинників, які впливають на вибір рекламоносія, не належить:
57. Хто порівняв значення політичної комунікації для суспільства зі значенням кровообігу для організму людини?
58. Хто назвав політичну комунікацію «нервовою системою державного управління»?
59. До формули аналізу дослідження політичної лінії газети, яку розробив Ж.Кейзер, не входить:
60. Згідно з якою теорією сильні та активні мас-медіа здійснюють тотальний вплив на свідомість та поведінку пасивної аудиторії?

