

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Костина Лариса Николаевна  
Должность: заместитель директора  
Дата подписания: 23.12.2025 17:46:50  
Уникальный программный ключ:  
848621b05e7a2c59da67cc47a060a910fb948b62

*Приложение 4*  
к образовательной программе

**ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ**

**для текущего контроля успеваемости и  
промежуточной аттестации обучающихся**

**ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

**Б1.О.26 Социология общественного мнения**

(индекс, наименование дисциплины в соответствии с учебным планом)

**39.03.01 Социология**

(код, наименование направления подготовки/специальности)

**Социология**

(наименование образовательной программы)

**Бакалавр**

(квалификация)

**Очная форма обучения**

(форма обучения)

Год набора – 2023

Донецк

**Автор(ы)-составитель(и) ФОС:**

*Емец Ирина Александровна, канд.филос.наук, доцент кафедры социологии  
управления*

*ФИО, ученая степень, ученое звание, должность, наименование кафедры*

**РАЗДЕЛ 1.**  
**ПАСПОРТ ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ**  
по дисциплине (модулю) «Социология общественного мнения»

**1.1. Основные сведения о дисциплине (модуле)**

Таблица 1

Характеристика дисциплины (модуля)  
(сведения соответствуют разделу РПД)

Образовательная программа	бакалавриата
Направление подготовки	39.03.01 Социология
Профиль	Социология
Количество разделов дисциплины	2
Часть образовательной программы	Обязательная часть
Формы текущего контроля	Фронтальный опрос, тестовый контроль, доклады, рефераты
<i>Показатели</i>	Очная форма обучения
Количество зачетных единиц (кредитов)	4
Семестр	5
<b>Общая трудоемкость (академ. часов)</b>	144
<b>Аудиторная контактная работа:</b>	74
Лекционные занятия	36
Практические занятия	
Семинарские занятия	36
<b>Самостоятельная работа</b>	43
<b>Контроль</b>	27
Форма промежуточной аттестации	экзамен

**1.2. Перечень компетенций с указанием этапов формирования в процессе освоения образовательной программы.**

Таблица 2

Перечень компетенций и их элементов

Компетенция	Индикатор компетенции и его формулировка	Элементы индикатора компетенции	Индекс элемента
<p><i>ПК-5: способен решать задачи профессиональной деятельности в рамках позитивистской парадигмы, строить модели измерения социальных явлений и процессов, основываясь на принципах научной объективности и беспристрастности</i></p>	<p><i>ПК-5.4 Изучает общественное мнение, строит модели измерения социальных явлений и процессов, основываясь на принципах научной объективности и беспристрастности</i></p>	<p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- социальную природу, структуру и функции общественного мнения;</li> <li>- закономерности и механизмы формирования и функционирования оценочного отношения социальных групп, классов, народов к актуальным проблемам действительности, представляющим общественный интерес;</li> </ul>	<p>ПК-5.4 3-1</p>
		2 особенности общественного мнения современного общества, специфику его функционирования в условиях современности;	<p>ПК-5.4 3-2</p>
		3 опыт исследования общественного мнения на примере деятельности различных социологических институтов;	<p>ПК-5.4 3-3</p>
		<p><b>Уметь:</b></p> <p>1 квалифицированно анализировать социологические проблемы изучения общественного мнения; пользоваться понятийным аппаратом;</p>	<p>ПК-5.4 У-1</p>
		2 использовать знания о методике и методологии изучения общественного мнения в дальнейшей	<p>ПК-5.4 У-2</p>

		преподавательской или научной деятельности. применять теоретические знания о закономерностях функционирования общественного мнения в практической деятельности;	
		3 анализировать функции и роли общественного мнения в обществе; выявлять особенности различных социальных групп в оценке социальных процессов;	ПК-5.4 У-3
		<b>Владеть:</b>	
		1. навыками использования знаний об общественном мнении для лучшего понимания социальных процессов;	ПК-5.4 В-1
		2 навыками социологического исследования общественного мнения.	ПК-5.4 В-2
		3 разнообразными техниками сбора данных в области изучения общественного мнения.	ПК-5.4 В-3
<i>ПК-8 Способен составлять программную и проектную документацию научно-исследовательских и аналитических разработок в соответствии с нормативными документами, выстраивать и осуществлять планы реализации основных этапов проектных работ</i>	<i>ПК-8.1: разрабатывает и проводит самостоятельно социологические исследования в соответствии с нормативными документами, владеет навыками проектной деятельности при исследовании общественного мнения</i>	<b>Знать:</b>	
		1 теоретико-методологические основы изучения общественного мнения;	ПК-8.1 З-1
		2 содержательные характеристики и функциональные возможности современных методов социологических исследований общественного мнения.	ПК-8.1 З-2
		3 теоретические и прикладные исследования общественного мнения;	ПК-8.1 З-3
		<b>Уметь:</b>	
		1 выявлять взаимосвязь	ПК-8.1

в области изучения общественного мнения и/или работы маркетинговых служб на основе оценки ресурсов и рисков		социальных процессов и явлений в обществе и их отражение в общественном мнении;	У-1
		2 разрабатывать программу и инструментарий для сбора информации.	ПК-8.1 У-2
		3 осуществлять выбор и обоснование методов исследования в соответствии с изучаемой проблемой;	ПК-8.1 У-3
		<b>Владеть:</b>	
		1 целостным представлением об общественном мнении;	ПК-8.1 В-1
		2 методикой проведения социологического исследования в области изучения общественного мнения;	ПК-8.1 В-2
		3 методологией понимания социальных процессов в социальной сфере;	ПК-8.1 В-3

Таблица 3

Этапы формирования компетенций в процессе освоения основной образовательной программы

№ п/п	Контролируемые разделы (темы) дисциплины (модуля)	Номер семестра	Код индикатора компетенции	Наименование оценочного средства*
1.	<b>Раздел 1.</b> <b>Теоретические основы исследования общественного мнения</b> Тема 1.1. Исторические аспекты возникновения и развития исследования общественного мнения	5	ПК-5.4 : 3-1,3-2,3-3, У-1, У-2, У-3, В-1, В-2, В-3, ПК-8.1 : 3-1, 3-2, 3-3, У-1, У-2, У-3,В-1, В-2, В-3	Индивидуальный / фронтальный устный / письменный опрос, доклад, сообщение, собеседование
2.	Тема 1.2. Сущность общественного мнения как социального	5	ПК-5.4 : 3-1,3-2,3-3, У-1, У-2, У-3, В-1, В-2, В-3, ПК-8.1 : 3-1, 3-2, 3-	Индивидуальный / фронтальный устный / письменный опрос,

	института общества.		3, У-1, У-2, У-3, В-1, В-2, В-3	доклад, сообщение, собеседование
3.	Тема 1.3. Природа общественного мнения как состояния массового сознания.	5	ПК-5.4 : 3-1,3-2,3-3, У-1, У-2, У-3, В-1, В-2, В-3, ПК-8.1 : 3-1, 3-2, 3-3, У-1, У-2, У-3, В-1, В-2, В-3	Индивидуальный / фронтальный устный / письменный опрос, доклад, сообщение, собеседование
4	Тема 1.4. Структура общественного мнения	5	ПК-5.4 : 3-1,3-2,3-3, У-1, У-2, У-3, В-1, В-2, В-3, ПК-8.1 : 3-1, 3-2, 3-3, У-1, У-2, У-3, В-1, В-2, В-3	Индивидуальный / фронтальный устный / письменный опрос, доклад, сообщение, собеседование
5	Тема 1.5. Организация и процедура изучения общественного мнения.	5	ПК-5.4 : 3-1,3-2,3-3, У-1, У-2, У-3, В-1, В-2, В-3, ПК-8.1 : 3-1, 3-2, 3-3, У-1, У-2, У-3, В-1, В-2, В-3	Индивидуальный / фронтальный устный / письменный опрос, доклад, сообщение, собеседование, Контрольные задания по разделу
6	<b>Раздел 2.</b> <b>Формирование и функционирование общественного мнения</b> Тема 2.1. Механизмы, основные этапы и методы формирования общественного мнения	5	ПК-5.4 : 3-1,3-2,3-3, У-1, У-2, У-3, В-1, В-2, В-3, ПК-8.1 : 3-1, 3-2, 3-3, У-1, У-2, У-3, В-1, В-2, В-3	Индивидуальный / фронтальный устный / письменный опрос, доклад, сообщение, собеседование
7	Тема 2.2. Роль средств массовой информации в формировании общественного мнения.	5	ПК-5.4 : 3-1,3-2,3-3, У-1, У-2, У-3, В-1, В-2, В-3, ПК-8.1 : 3-1, 3-2, 3-3, У-1, У-2, У-3, В-1, В-2, В-3	Индивидуальный / фронтальный устный / письменный опрос, доклад, сообщение, собеседование
8	Тема 2.3. Общественное мнение	5	ПК-5.4 : 3-1,3-2,3-3, У-1, У-2, У-3, В-1,	Индивидуальный / фронтальный

	и политическая деятельность		В-2, В-3, ПК-8.1 : 3-1, 3-2, 3-3, У-1, У-2, У-3, В-1, В-2, В-3	устный / письменный опрос, доклад, сообщение, собеседование
9	Тема 2.4. Общественное мнение и публичных отношений	5	ПК-5.4 : 3-1, 3-2, 3-3, У-1, У-2, У-3, В-1, В-2, В-3, ПК-8.1 : 3-1, 3-2, 3-3, У-1, У-2, У-3, В-1, В-2, В-3	Индивидуальный / фронтальный устный / письменный опрос, доклад, сообщение, собеседование
10	Тема 2.5. Общественное мнение, реклама и пропаганда	5	ПК-5.4 : 3-1, 3-2, 3-3, У-1, У-2, У-3, В-1, В-2, В-3, ПК-8.1 : 3-1, 3-2, 3-3, У-1, У-2, У-3, В-1, В-2, В-3	Индивидуальный / фронтальный устный / письменный опрос, доклад, сообщение, собеседование Контрольные задания к разделу

## РАЗДЕЛ 2. ТЕКУЩИЙ КОНТРОЛЬ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ) «СОЦИОЛОГИЯ ОБЩЕСТВЕННОГО МНЕНИЯ»

Текущий контроль знаний используется для оперативного и регулярного управления учебной деятельностью (в том числе самостоятельной работой) обучающихся.

В условиях балльно-рейтинговой системы контроля результаты текущего оценивания обучающегося используются как показатель его текущего рейтинга. Текущий контроль успеваемости осуществляется в течение семестра, в ходе повседневной учебной работы по индивидуальной инициативе преподавателя. Данный вид контроля стимулирует у обучающегося стремление к систематической самостоятельной работе по изучению дисциплины (модуля).

Таблица 2.1.

Распределение баллов по видам учебной деятельности  
(балльно-рейтинговая система)

Наименование Раздела/Темы	Вид задания							
		ПЗ / СЗ			Всего за тему	КЗР	Р (СР)	ИЗ*
	ЛЗ	УО*	ТЗ*	РЗ*				
Р.1.Т. 1.1	1	1	1	3	4	10	10	5
Р.1.Т. 1.2	1	1	1	3	4			



Наименование Раздела/Темы	Вид задания							
	ПЗ / СЗ				Всего за тему	КЗР	Р (СР)	ИЗ*
	ЛЗ	УО*	ТЗ*	РЗ*				
Р.1.Т. 1.3	1	1	1	3	4	10		5
Р.1.Т.1. 4	1	1	1	3	4			
Р.1.Т. 1.5	1	1	1	3	4			
Р.2.Т. 2.1	1	1	1	3	4			
Р.2.Т. 2.2	1	1	1	3	4			
Р.2.Т. 2.3	1	1	1	3	4			
Р.2.Т. 2.4	1	1	1	3	4			
Р.2.Т. 2.5	1	1	1	3	4			
<b>Итого: 1006</b>	<b>10</b>	<b>10</b>	<b>10</b>	<b>30</b>	<b>40</b>	<b>20</b>	<b>10</b>	<b>10</b>

ЛЗ – лекционное занятие;

УО – устный опрос;

ТЗ – тестовое задание;

РЗ – разноуровневые задания;

ПЗ – практическое занятие;

СЗ – семинарское занятие;

КЗР – контроль знаний по Разделу;

Р – реферат.

СР – самостоятельная работа обучающегося

ИЗ – индивидуальное задание

## 2.1. Рекомендации по оцениванию устных ответов обучающихся

С целью контроля усвоения пройденного материала и определения уровня подготовленности обучающихся к изучению новой темы в начале каждого семинарского/практического занятия преподавателем проводится индивидуальный или фронтальный устный опрос по выполненным заданиям предыдущей темы.

Критерии оценки.

**Оценка «отлично»** ставится, если обучающийся:

- 1) полно и аргументировано отвечает по содержанию вопроса;
- 2) обнаруживает понимание материала, может обосновать свои суждения, применить знания на практике, привести необходимые примеры;
- 3) излагает материал последовательно и правильно, с соблюдением исторической и хронологической последовательности;

**Оценка «хорошо»** – ставится, если обучающийся дает ответ, удовлетворяющий тем же требованиям, что и для оценки «отлично», но допускает одна-две ошибки, которые сам же исправляет.

**Оценка «удовлетворительно»** – ставится, если обучающийся обнаруживает знание и понимание основных положений данного задания, но:

- 1) излагает материал неполно и допускает неточности в определении понятий или формулировке правил;
- 2) не умеет достаточно глубоко и доказательно обосновать свои суждения и привести свои примеры;

3) излагает материал непоследовательно и допускает ошибки.

## ВОПРОСЫ ДЛЯ САМОПОДГОТОВКИ ОБУЧАЮЩИХСЯ

<i>Контролируемые разделы (темы) дисциплины (модуля)</i>	<i>Вопросы для подготовки к индивидуальному / фронтальному устному / письменному опросу по темам дисциплины (модуля)</i>
<b>Раздел 1. Теоретические основы исследования общественного мнения</b>	
Тема 1.1. Исторические аспекты возникновения и развития исследования общественного мнения	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Социология общественного мнения как специальная социологическая теория.</li><li>2. Общественное мнение в традиционных обществах.</li><li>3. Представления о роли общественного мнения в работах Н. Макиавелли, Дж. Локка, Д. Юма.</li><li>4. Развитие теории общественного мнения в средневековой Европе.</li><li>5. Введение понятия «общественное мнение» в работах Ж.-Ж. Руссо.</li><li>6. Теоретические положения о сущности, свойствах и социальной роли общественного мнения в XIX веке.</li><li>7. Начало социологических исследований общественного мнения</li><li>8. Отечественная школа изучения общественного мнения</li></ol>
Тема 1.2. Сущность общественного мнения как социального института общества.	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Сущность общественного мнения и его основные характеристики</li><li>2. Общественное мнение как социальный институт.</li><li>3. Роль общественного мнения в социально-политической жизни общества проблемы институционализации общественного мнения в Украине, России и других постсоветских странах.</li><li>4. Концепция стереотипизации общественного мнения У. Липпмана.</li><li>5. Основные характеристики общественного мнения: распространенность, интенсивность, стабильность, динамичность, зрелость.</li></ol>
Тема 1.3. Природа общественного мнения как состояния массового сознания.	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Общественное мнение как «общее» мнение общности, группы.</li><li>2. Природа общественного мнения.</li></ol>

	<p>3. Предмет социологии общественного мнения.</p> <p>4. Парадоксы и стереотипы в общественном мнении.</p> <p>5. Обсуждение исследований стереотипов в разных фрагментах общественного сознания в современном российском обществе: социальные, гендерные, этнические и др.</p> <p>6. Сравнительный анализ стереотипа и имиджа как образов массового сознания.</p>
Тема 1.4. Структура общественного мнения	<p>1. Субъекты общественного мнения.</p> <p>2. Проблема идентификации общественного мнения.</p> <p>3. Объекты общественного мнения.</p> <p>4. Каналы выражения общественного мнения.</p> <p>5. Типы суждений общественного мнения.</p>
Тема 1.5. Организация и процедура изучения общественного мнения.	<p>1. Понятие и виды социологических исследований общественного мнения</p> <p>2. Основные этапы и содержание социологического исследования общественного мнения</p> <p>3. Опросы общественного мнения</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Интерпретация</li> <li>- Анализ</li> <li>- Представление результатов опросов общественного мнения.</li> </ul> <p>4 Фокус-групповые исследования: качественная методология для изучения общественного мнения</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Проектная работа по планированию и проведению фокус-группы, консультации студентов по составлению гайда, логики групповой дискуссии и др.</li> <li>– обработка полученных результатов полученных результатов.</li> </ul> <p>5. Онлайн опросы: этап постгэллаповских технологий</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Онлайн опросы: этап постгэллаповских технологий.</li> </ul> <p>Выполнение индивидуального задания по поиску в сети Интернет проводимых опросов на русском и английском языках,</p>

	описание возможностей новых технологий.
<b>Раздел 2. Формирование и функционирование общественного мнения</b>	
Тема 2.1. Механизмы, основные этапы и методы формирования общественного мнения	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Процессы развития общественного мнения</li> <li>2. Факторы формирования общественного мнения.</li> <li>3. Условия формирования общественного мнения</li> <li>4. Этапы формирования общественного мнения</li> <li>5. Методы формирования общественного мнения</li> </ol>
Тема 2.2. Роль средств массовой информации в формировании общественного мнения.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Общественное мнение как объект воздействия СМИ.</li> <li>2. СМИ как субъект формирования общественного мнения. Эффекты массовой коммуникации.</li> <li>3. Исследовательские подходы к изучению роли и функций СМИ в обществе</li> <li>4. Особенности воздействия СМИ на общественное мнение как состояние массового сознания.</li> <li>5. Способы формирования и манипулирования общественным мнением посредством СМИ.</li> <li>6. Специфика прессы как канала выражения общественного мнения.</li> <li>7. Новые виды средств массовой информации, их особенности.</li> <li>8. Телевидение – основной источник получения информации в современном мире, особенности задаваемых им общественности сфер интересов</li> </ol>
Тема 2.3. Общественное мнение и политическая деятельность	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Общественное мнение и политическая власть: <ul style="list-style-type: none"> <li>– Политическая деятельность и место в ней выборов, референдумов, опросов общественного мнения.</li> <li>– Общественное мнение в процессе организации выборов.</li> <li>– Референдум и общественное мнение</li> </ul> </li> <li>2. Понятие «режима» взаимодействия.</li> <li>3. Критерии, на основании которых различаются режимы.</li> </ol>

	<p>4. Концепция «спирали молчания» (Э. Ноэль-Нойман).</p> <p>5. Рациональный, эмоциональный и волевой компоненты общественного мнения.</p> <p>6. Фактор времени в процессе формирования и функционирования общественного мнения.</p> <p>7. Подход Д.П. Гавра.</p>
Тема 2.4. Общественное мнение и паблик рилейшинз	1. Сущность пропаганды, PR, рекламы и проблемы их взаимодействия с общественным мнением.
Тема 2.5. Общественное мнение, реклама и пропаганда	<p>2. Пропагандистское сообщение и эффект пропаганды.</p> <p>3. Сравнительный анализ пропаганды и социальной рекламы</p> <p>Структура и содержание пропагандистского воздействия на процессы формирования и функционирования общественного мнения.</p>

## 2.2 Рекомендации по оцениванию результатов тестовых заданий обучающихся

В завершении изучения каждого раздела дисциплины (модуля) может проводиться тестирование (контроль знаний по разделу, рубежный контроль).

*Критерии оценивания.* Уровень выполнения текущих тестовых заданий оценивается в баллах. Максимальное количество баллов по тестовым заданиям определяется преподавателям и представлено в таблице 2.1.

Тестовые задания представлены в виде оценочных средств и в полном объеме представлены в банке тестовых заданий в электронном виде. В фонде оценочных средств представлены типовые тестовые задания, разработанные для изучения дисциплины «Социально-экономические проблемы развития современного общества».

*Критерии оценивания.* Уровень выполнения текущих тестовых заданий оценивается в баллах, которые затем переводятся в оценку. Баллы выставаются следующим образом: правильное выполнение задания, где надо выбрать один верный ответ – 0,5 балла;

Оценка соответствует следующей шкале:

Оценка (государственная)	Баллы	% правильных ответов
Отлично	3,75-5	75-100
Хорошо	2,5-3,75	51-75
Удовлетворительно	1,25-2,5	25-50
Неудовлетворительно	0,5-1,25	Менее 25

## **ТИПОВЫЕ ТЕСТОВЫЕ ЗАДАНИЯ ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ**

**В представленных ниже тестовых заданиях выберите один, с вашей точки зрения, верный ответ:**

**1. Социология общественного мнения это:**

- 1) отрасль социологии, которая изучает отношение классов к социальным явлениям, событиям и процессам;
- 2) специальная социологическая дисциплина, предметом которой выступают механизмы формирования общественного мнения;
- 3) отрасль социологии, которая изучает структуру, закономерности, каналы, механизмы формирования и функционирования общественного мнения, отношения больших социальных групп, народа в целом к явлениям, событиям и процессам представляющим актуальный общественный интерес;
- 4) специальная теория, которая рассматривает общественное мнение как форму общественного сознания.

**2. Общественное мнение это:**

- 1) сумма индивидуальных мнений;
- 2) одобрение публично наблюдаемых позиций и поведения, которые выражаются определенной частью общества;
- 3) специфическое проявление сознания людей, которая характеризуется связью со всеми формами общественного сознания, синтезом обыденного и научного сознания, духовно – практическими способами воздействия на реальность;
- 4) суждение больших масс людей по вопросам, обсуждаемым в СМИ.

**3. Термин «общественное мнение» впервые ввел:**

- 1) Д. Солсбери;
- 2) У. Петти;
- 3) Н. Макиавелли;
- 4) Г. Гегель.

**4. Термин «общественное мнение» возник:**

- 1) в Англии;
- 2) во Франции;
- 3) в США;
- 4) в Германии.

**5. Термин «общественное мнение» стал общепринятым:**

- 1) с конца XII в.
- 2) с конца XVIII в.
- 3) с середины XIX в.
- 4) с начала XX в.

**6. Начало теоретических исследований общественного мнения связано с работами:**

- 1) Г. Тарда;

- 2) Г. Лассуэлла;
- 3) П. Лазарсфельда;
- 4) Б. Берельсона.

**7. Исследователями «двухступенчатого порога коммуникации» являются:**

- 1) Б. Берельсон, П. Лазарсфельд, Г.Годе;
- 2) У. Липпман, А. Лоуэлл, Н. Луман;
- 3) Ю. Хабермас, Г. Лассуэлл, Э. Нойман;
- 4) К.Шеннон, У. Вивер, У.Шрамм;

**8. Понятие «темы», содержания общественного мнения впервые употребил:**

- 1) Н. Луман;
- 2) П. Бурдье;
- 3) Ж. Бодрийяр;
- 4) Ю. Хабермас.

**9. Какой механизм социального поведения лежит в основе «спирали молчания» Э. Ноэль-Нойман:**

- 1) подражание;
- 2) конформизм;
- 3) нонконформизм;
- 4) внушение.

**10. Воздействие стереотипа на формирование общественного мнения рассматривал:**

- 1) Г. Тард;
- 2) Г. Лассуэлл;
- 3) У. Липпман;
- 4) А. Лоуэлл.

**11. Стереотип – это:**

- 1) упрощенные, эмоционально окрашенные образы, представления, понятия, устойчивые формы поведения;
- 2) устойчивая организация знаний, чувств и мотивов, вызывающая соответствующее отношение человека к общественным явлениям;
- 3) система субъективных предрасположенностей личности к определенному поведению в определенных социальных условиях;
- 4) схематизированный образ социальной объекта, обладающий устойчивостью.

**12. Особенностью изучения общественного мнения российскими социологами по сравнению с западными учеными является:**

- 1) рассмотрение общественного мнения как социального института;
- 2) рассмотрение общественного мнения как социального феномена;
- 3) отнесение общественного мнения к сфере сознания;
- 4) рассмотрение общественного мнения как социального процесса.

**13. Объектом общественного мнения является:**

- 1) любая проблема, затрагивающая интересы личности;
- 2) явления, которые информационно доступно субъекту;

- 3) явление, событие, факт, которые допускают многозначность толкования;
- 4) явление, представляющее актуализированный общественный интерес.

**14. Проблема определения и интерпретации субъекта общественного мнения возникает еще в античной философии. Платон определяет общественное мнение как:**

- 1) мнение большинства;
- 2) мнение аристократии;
- 3) мнение правящей элиты;
- 4) мнение политических лидеров.

**15. Проблема определения и интерпретации субъекта общественного мнения возникает еще в античной философии. Протагор определяет общественное мнение как:**

- 1) мнение большинства;
- 2) мнение аристократии;
- 3) мнение правящей элиты;
- 4) мнение политических лидеров.

**16. Субъектом общественного мнения по М.К. Горшкову является:**

- 1) социальная общность;
- 2) народ в целом;
- 3) трудовой коллектив;
- 4) регион.

**17. Субъектом общественного мнения по Б.А. Грушину является:**

- 1) социальная общность;
- 2) народ в целом;
- 3) трудовой коллектив;
- 4) регион.

**18. Организация, социальная группа, индивид, средства массовой информации – все это:**

- 1) выразители общественного мнения;
- 2) субъекты общественного мнения;
- 3) объекты общественного мнения;
- 4) лидеры общественного мнения.

**19. Какие элементы входят в структуру общественного мнения:**

- 1) знания, общественная психология, идеология;
- 2) рациональный, эмоциональный, волевой;
- 3) когнитивный, ценностно-нормативный, поведенческий;
- 4) оценки, традиции, нормы.

**20. Социальная оценка – это:**

- 1) выражение отношения субъекта к объекту, которое заключается в том, что субъект определяет соответствие данного объекта или отдельных сторон и свойств критериям им выдвигаемым;
- 2) ценностное отношение к социальному объекту, выраженное в готовности к положительной или отрицательной реакции на него;
- 3) система субъективных предрасположенностей личности к определенному поведению в определенных социальных условиях;



4) регулятор системы общественных отношений

**21. Базовой функцией общественного мнения является:**

- 1) регулятивная;
- 2) оценочная;
- 3) контрольная;
- 4) защитная.

**22. Наиболее значимыми характеристиками общественного мнения являются:**

- 1) экстенсивность, интенсивность, стабильность;
- 2) стихийность, направленность, экстенсивность;
- 3) неустойчивость, компетентность, распространенность;
- 4) зрелость, динамизм, объективность.

**23. Основным фактором формирования общественного мнения:**

- 1) уровень образованности населения;
- 2) политическое и экономическое состояние в обществе;
- 3) уровень культурного развития;
- 4) актуализированный общественный интерес.

**24. Решающее влияние на динамическую структуру общественного мнения оказывают:**

- 1) политические лидеры;
- 2) внешняя и внутренняя политика государства;
- 3) информационный процесс / масс-медиа;
- 4) экономическое развитие.

**25. Основными методами формирования общественного мнения являются:**

- 1) фрустрация, отражение, эмпатия;
- 2) идентификация, стереотипизация, конформизм;
- 3) СМИ, пропаганда, агитация;
- 4) внушение, убеждение, подражание.

**26. Зрелое общественное мнение отличается:**

- 1) объективность, социальная направленность, значительная распространенность, высокая интенсивность;
- 2) динамизм, компетентность, позитивная направленность, экстенсивность;
- 3) стабильность, нейтральная направленность, невысокая интенсивность, информированность;
- 4) стихийность, широкий диапазон, дискуссионность, объективность.

**27. Стабильность общественного мнения зависит:**

- 1) от степени выражения социальной оценки;
- 2) от актуальности, остроты проблемы;
- 3) от общественных потребностей и интересов;
- 4) от степени информированности общественности.

**28. Результатом взаимодействия рационального и эмоционального компонентов общественного мнения является:**

- 1) социальная оценка;
- 2) социальная установка;

- 3) социальные настроения;
- 4) социальные представления.

**29. Общественное мнение в действующем состоянии становится:**

- 1) традицией;
- 2) элементом общественных отношений;
- 3) социальными настроениями;
- 4) социальными представлениями.

**30. Обобщенный образ многих чувственных впечатлений, наглядно-образное знание, возникающее зачастую как результат работы воображения – это:**

- 1) общественное мнение;
- 2) общественные представления;
- 3) общественные настроения;
- 4) социальные установки.

**31. Специфическое проявление общественного сознания, в котором отражается отношение (оценка) больших социальных групп, народа в целом к актуальным явлениям, представляющим общественный интерес, на основе существующих общественных отношений – это ...:**

- 1) массовая коммуникация;
- 2) средства массовой информации;
- 3) общественное настроение;
- 4) общественное мнение.

**32. Более или менее устойчивое эмоциональное состояние общностей, которое окрашивает все их переживания – это:**

- 1) общественное мнение;
- 2) общественные представления;
- 3) социальные настроения;
- 4) социальные установки.

**2.3. Рекомендации по оцениванию эссе (рефератов, докладов, сообщений).**

Максимальное количество баллов	Критерии
Отлично	Выставляется обучающемуся, если он выразил своё мнение по сформулированной проблеме, аргументировал его, точно определив проблему содержание и составляющие. Приведены данные отечественной и зарубежной литературы, статистические сведения, информация нормативно правового характера. Обучающийся знает и владеет навыком самостоятельной исследовательской работы по теме исследования; методами и приемами анализа теоретических и/или практических аспектов изучаемой области. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет; графически работа оформлена правильно.
Хорошо	Выставляется обучающемуся, если работа характеризуется смысловой цельностью, связностью и последовательностью

	изложения; допущено не более 1 ошибки при объяснении смысла или содержания проблемы. Для аргументации приводятся данные отечественных и зарубежных авторов. Продемонстрированы исследовательские умения и навыки. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет. Допущены отдельные ошибки в оформлении работы.
Удовлетворительно	Выставляется обучающемуся, если в работе студент проводит достаточно самостоятельный анализ основных этапов и смысловых составляющих проблемы; понимает базовые основы и теоретическое обоснование выбранной темы. Привлечены основные источники по рассматриваемой теме. Допущено не более 2 ошибок в содержании проблемы, оформлении работы.
Неудовлетворительно	Выставляется обучающемуся, если работа представляет собой пересказанный или полностью заимствованный исходный текст без каких бы то ни было комментариев, анализа. Не раскрыта структура и теоретическая составляющая темы. Допущено три или более трех ошибок в содержании раскрываемой проблемы, в оформлении работы.

### **ТЕМЫ ЭССЕ (РЕФЕРАТОВ, ДОКЛАДОВ, СООБЩЕНИЙ) ДЛЯ ПРОВЕРКИ УРОВНЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИИ**

1. История становления и развития общественного мнения.
2. Современные представления о феномене общественного мнения.
3. Советская история формирования опросов общественного мнения. 1860-1930 годы.
4. Советская история формирования опросов общественного мнения. 1960-е – 1990-е годы XX века.
5. Жизнь и деятельность Ю. Левады. Концепция изучения общественного мнения.
6. История формирования опросов общественного мнения в Америке (конец XIX - XX век).
7. Состояние изучения общественного мнения в современной России: теоретико-методологический и методический аспекты.
8. Французская социально-психологическая мысль конца XIX -нач XX века.
9. Общественное мнение и толпа в работах Г. Тарда.
10. Значение сферы публичности для развития самоуправления средневекового города в Южной и Северной Европе
11. Немецкая социологическая мысль XX века. Теория Э. Нозль-Нойман «Спираль молчания».
12. Немецкая социологическая мысль XX века. Методика демоскопии Э. Нозль-Нойман.
13. Общественное мнение и управление социальными процессами.
14. Общественное мнение как социальный институт: условия становления и функционирования.
15. Структура и функции общественного мнения в разных политических системах.

16. Роль общественного мнения в становлении, укреплении и функционировании демократии.

17. Роль общественного мнения в развитии системы местного самоуправления

18. Общественное мнение в решении проблемы социальной справедливости.

19. Общественное мнение и функционирование социальных институтов.

20. Толпа и публика как субъекты общественного мнения (Г. Тард, С. Московичи).

21. Общественность как субъект общественного мнения (Г. Блумер).

22. Соотношение понятий «общественное мнение» и «обыденное сознание»?

23. Социальные институты нового времени в зеркале общественного мнения.

24. Общественное мнение в преемственности поколений.

25. Международное общественное мнение.

26. Общественное мнение в различных сферах жизнедеятельности общества.

27. Природа общественного мнения: социологический подход.

28. Система функций общественного мнения.

29. Гносеологическая природа общественного мнения.

30. Знания, представления, оценки ценностные ориентации, волевые и эмоциональные компоненты в структуре общественного сознания

31. Технология исследования общественного мнения: методы сбора данных и обработка социологической информации.

32. Специфика социологических методов изучения общественного мнения.

33. Специфика и возможности количественных методов социологического анализа общественного мнения.

34. Специфика и возможности качественных методов социологического способа изучения общественного мнения.

35. Анализ документов как метод изучения общественного мнения.

36. Метод фокус-групп и области его применения в изучении общественного мнения.

37. Опросы: разновидности, особенности, возможности в исследованиях общественного мнения.

38. Оперативные исследования общественного мнения.

39. Общероссийские центры изучения общественного мнения

40. Зарубежные Центры изучения общественного мнения.

41. Формирование общественного мнения и способы его выражения в системе взаимодействия «общество – власть».

42. Формирование общественного мнения в предвыборные периоды.

43. Роль элиты в формировании общественного мнения.

44. Общественное мнение и массовые информационные процессы. Манипуляция общественным мнением.

45. Понятие медиа-эффекта. Основные периоды исследования медиа-эффектов и их характеристика

46. Семитический подход к исследованию СМИ. Возможности воздействия МИ на общественное мнение с позиции семиотического подхода.

47. Возможности воздействия СМИ на общественное мнение с позиции концепции «повестки дня».

48. Структурно-функциональный подход к исследованию СМИ и его возможности изучения влияния СМИ на общественное мнение.

49. Общественное мнение и выборы. Опросы и политика.

50. Функционирование общественного мнения во властных структурах общества

51. Законотворчество и общественное мнение.

52. Управление государством и общественное мнение: взаимодействие.

53. Общественное мнение в деятельности партии.

54. Выражение общественного мнения в условиях многопартийности

55. Общественное мнение и рынок. Маркетинговые исследования и реклама.

56. Общественное мнение и реклама.

57. Общественное мнение и PR.

**2.4. Рекомендации по оцениванию вопросов для коллоквиума, собеседования по дисциплине (модулю) «Социология общественного мнения».**

<b>Максимальное количество баллов*</b>	<b>Критерии</b>
Отлично	Выставляется обучающемуся, если он определяет рассматриваемые понятия раздела или темы дисциплины (модуля) четко и полно, приводя соответствующие примеры.
Хорошо	Выставляется обучающемуся, если он допускает отдельные погрешности в ответе, но в целом демонстрирует знание и владение содержанием раздела (темы) дисциплины (модуля)
Удовлетворительно	Выставляется обучающемуся, если он обнаруживает пробелы в знаниях материала раздела или темы дисциплины (модуля)
Неудовлетворительно	Выставляется обучающемуся, если он обнаруживает существенные пробелы в знаниях основных положений раздела или темы дисциплины (модуля), неумение с помощью преподавателя получить правильное решение конкретной практической задачи

\* Представлено в таблице 2.1.

## ТИПОВЫЕ ВОПРОСЫ ДЛЯ КОЛЛОКВИУМА, СОБЕСЕДОВАНИЯ ДЛЯ ПРОВЕРКИ УРОВНЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИИ

Контролируемые разделы (темы) учебной дисциплины	Темы дискуссии, круглого стола, по темам дисциплины
<b>Раздел 1. Теоретические основы исследования общественного мнения</b>	
Тема 1.1. Исторические аспекты возникновения и развития исследования общественного мнения	Общественное мнение: миф или реальность?
Тема 1.3. Природа общественного мнения как состояния массового сознания.	Общественного мнения не существует?
Тема 1.4. Структура общественного мнения	Стереотипы и общественное мнение: проблемы взаимодействия и взаимообусловленности.
<b>Раздел 2. Формирование и функционирование общественного мнения</b>	
Тема 2.2. Роль средств массовой информации в формировании общественного мнения	Влияние СМИ на общественное мнение: формирование или манипулирование?

### 2.5. Рекомендации по оцениванию иных форм текущего контроля (в зависимости от специфики дисциплины (модуля)).

Максимальное количество баллов*	Критерии
Отлично	Выставляется обучающемуся, если ответ показывает глубокое и систематическое знание всего программного материала и структуры конкретного вопроса, а также основного содержания и новаций лекционного курса по сравнению с учебной литературой. Обучающийся демонстрирует отчетливое и свободное владение концептуально-понятийным аппаратом, научным языком и терминологией соответствующей научной области. Знание основной литературы и знакомство с дополнительно рекомендованной литературой. Логически корректное и убедительное изложение ответа
Хорошо	Выставляется обучающемуся, если его ответ демонстрирует знание узловых проблем программы и основного содержания лекционного курса; умение пользоваться концептуально-понятийным аппаратом в процессе анализа основных проблем в рамках данной темы; знание важнейших работ из списка рекомендованной литературы. В целом логически корректное, но не всегда точное и аргументированное изложение ответа
Удовлетворительно	Выставляется обучающемуся, если его ответ демонстрирует фрагментарные, поверхностные знания важнейших разделов программы и содержания

	лекционного курса; затруднения с использованием научно-понятийного аппарата и терминологии дисциплины; неполное знакомство с рекомендованной литературой; частичные затруднения с выполнением предусмотренных программой заданий; стремление логически определенно и последовательно изложить ответ
Неудовлетворительно	Выставляется обучающемуся, если его ответ демонстрирует незнание, либо отрывочное представление о данной проблеме в рамках учебно-программного материала; неумение использовать понятийный аппарат; отсутствие логической связи в ответе

## ВОПРОСЫ К ЭКЗАМЕНУ ПО РАЗДЕЛАМ (ТЕМАМ) ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

1. Социология общественного мнения как специальная социологическая теория.
2. Общественное мнение в традиционных обществах.
3. Представления о роли общественного мнения в работах Н. Макиавелли, Дж. Локка, Д. Юма.
4. Развитие теории общественного мнения в средневековой Европе.
5. Введение понятия «общественное мнение» в работах Ж.-Ж. Руссо.
6. Теоретические положения о сущности, свойствах и социальной роли общественного мнения в XIX веке.
7. Начало социологических исследований общественного мнения
8. Отечественная школа изучения общественного мнения
9. Сущность общественного мнения и его основные характеристики
10. Общественное мнение как социальный институт.
11. Роль общественного мнения в социально-политической жизни общества
12. Проблемы институционализации общественного мнения в Украине, России и других постсоветских странах.
13. Концепция стереотипизации общественного мнения У. Липпмана.
14. Основные характеристики общественного мнения: распространенность, интенсивность, стабильность, динамичность, зрелость.
15. Общественное мнение как «общее» мнение общности, группы.
16. Природа общественного мнения.
17. Предмет социологии общественного мнения.
18. Парадоксы и стереотипы в общественном мнении.
19. Обсуждение исследований стереотипов в разных фрагментах общественного сознания в современном российском обществе: социальные, гендерные, этнические и др.
20. Сравнительный анализ стереотипа и имиджа как образов массового сознания.
21. Субъекты общественного мнения.
22. Проблема идентификации общественного мнения.
23. Объекты общественного мнения.

23. Каналы выражения общественного мнения.
24. Типы суждений общественного мнения.
25. Понятие и виды социологических исследований общественного мнения
26. Основные этапы и содержание социологического исследования общественного мнения
27. Опросы общественного мнения: интерпретация, анализ, представление результатов опросов общественного мнения.
28. Фокус-групповые исследования: качественная методология для изучения общественного мнения
29. Онлайн опросы: этап постгэллаповских технологий
30. Процессы развития общественного мнения
31. Факторы формирования общественного мнения.
32. Условия формирования общественного мнения
33. Этапы формирования общественного мнения
34. Методы формирования общественного мнения
35. Общественное мнение как объект воздействия СМИ.
36. СМИ как субъект формирования общественного мнения. Эффекты массовой коммуникации.
37. Исследовательские подходы к изучению роли и функций СМИ в обществе
38. Особенности воздействия СМИ на общественное мнение как состояние массового сознания.
39. Способы формирования и манипулирования общественным мнением посредством СМИ.
40. Специфика прессы как канала выражения общественного мнения.
41. Общественное мнение и политическая власть:
42. Политическая деятельность и место в ней выборов, референдумов, опросов общественного мнения.
43. Общественное мнение в процессе организации выборов.
44. Референдум и общественное мнение
45. Понятие «режима» взаимодействия.
46. Критерии, на основании которых различаются режимы.
47. Концепция «спирали молчания» (Э. Ноэль-Нойман).
48. Рациональное, эмоциональное и волевое как компоненты общественного мнения.
49. Фактор времени в процессе формирования и функционирования общественного мнения.
50. Подход Д.П. Гавра.
51. Сущность пропаганды, PR, рекламы и проблемы их взаимодействия с общественным мнением.
52. Пропагандистское сообщение и эффект пропаганды.
53. Сравнительный анализ пропаганды и социальной рекламы
54. Структура и содержание пропагандистского воздействия на процессы формирования и функционирования общественного мнения.



*Образец экзаменационного билета*

Федеральное государственное бюджетное образовательное  
учреждение высшего образования  
«РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА И  
ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ  
ФЕДЕРАЦИИ»

Донецкий институт управления – филиал РАНХиГС

Направление подготовки \_\_\_\_\_ 39.03.01 Социология \_\_\_\_\_

Профиль «Социология» \_\_\_\_\_

Кафедра \_\_\_\_\_ социологии управления \_\_\_\_\_

Дисциплина (модуль) \_\_\_\_\_ «Социология общественного мнения» \_\_\_\_\_

Курс \_3\_ Семестр \_5\_ Форма обучения \_\_\_\_\_ очная \_\_\_\_\_

**ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ №1**

**Теоретические вопросы.**

1. Общественное мнение в традиционных обществах
2. Концепция стереотипизации общественного мнения У. Липпмана.
3. Структура и содержание пропагандистского воздействия на процессы формирования и функционирования общественного мнения

**Практическое задание.**

Экзаменатор: \_\_\_\_\_ И.А. Емец

Утверждено на заседании кафедры « \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_\_ г. (протокол № \_\_\_\_\_ от « \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.)

Зав. кафедрой: \_\_\_\_\_ Я.А. Зырина