



Основы визуальной коммуникации.фип_БАК

- 1 Коммуникации соответствует определение:
- 2 Контекст коммуникативного процесса соответствует:
- 3 Автором концепции «вещественной коммуникации», основу которой составляют исследование социального дискурса как языка красок, субстанций, объемов и пространства, является:
- 4 Характерные признаки какого этапа истории коммуникации перечислены ниже: письменность; социальная дифференциация общества по принципу грамотность / неграмотность; книгопечатание и полиграфическая революция; урбанизация общества; формирование национальных библиотек.
- 5 Какую модель коммуникативного PR-взаимодействия образуют приведенные характеристики: основной функцией коммуникативной модели в организации является пропаганда: самой организации, ее продукции или услуг; целью является привлечение одностороннего внимания, коммуникации ориентированы в основном на те группы общественности, которые определяют существование и эффективность организации; информационная модель является сбалансированной, т. е. направлена на попытки организации изменить общественность. Организация рассматривается как источник, а общественность как потребитель информации; поскольку принцип «обратной связи» не учитывается, то исследования общественного мнения не имеют принципиального значения; примерами подобной модели могут быть продвижение продукта, спонсирование театральных постановок, рекламирование коммерческой организации, банка...
- 6 Коммуникантом является:
- 7 Невербальными коммуникациями называют:
- 8 Межличностной коммуникацией называют:





- 9) Какой исторический этап развития коммуникации в социуме характеризуется следующими чертами: все члены общины выступают в роли и коммуникантов, и реципиентов; для передачи смысловых сообщений используется четыре исходных канала; никаких коммуникационных служб нет; синкретичность (слитность) вербальных, музыкальных, иконических каналов в языческих ритуальных священнодействиях; обожествление слова.
- 10) Какую модель коммуникативного PR-взаимодействия образуют приведенные ниже характеристики: функции этой модели PR соотносятся с предоставлением общественности наиболее полной и точной информации об организации; это односторонние коммуникации, и пиарщики играют роль «собственных корреспондентов». Но при этом, они стремятся учитывать интересы обеих сторон, поэтому общественное мнение имеет важное значение; информационная модель является сбалансированной, т. е. стремится осуществить коррекции взаимоотношений между организацией и ее общественностью. Но при этом организация продолжает рассматриваться как источник, а общественность как потребитель информации; исследования общественного мнения носят незначительный характер, и соотносятся, в основном, с анализом процессов аудиторного восприятия (т. е. исследуются технологические вопросы, например, процессы восприятия информации); используется государственными учреждениями, общественно-политическими организациями, ассоциациями и некоммерческими структурами.
- 11) Гипертексту соответствует определение:
- 12) Коммуникатором является:
- 13) Социокультурный подход к мифологической модели коммуникации как основе единства общества, «составной части человеческой цивилизации... матрице социального порядка и своду примеров нравственного поведения» характерен для:
- 14) В коммуникативном процессе убеждению соответствует стадия:





- 15) Какую модель коммуникативного PR-взаимодействия образуют приведенные ниже характеристики: основная функция модели состоит в том, чтобы защищать интересы организации. Поэтому именно научное убеждение (факты, доказательства, объяснения и т. д.) является основой коммуникативной деятельности; это двусторонние коммуникации, отличающиеся несбалансированным характером. Информационное взаимодействие направлено на то, чтобы заставить общественность согласиться с мнением организации; информационная модель использует принцип «обратной связи», но только для манипуляционных целей, отвечающим потребностям организации; исследования носят оценочный характер. Их главные задачи состоят в том, чтобы определить отношение общественности к организации, и укрепить позитивное отношение в ее пользу; примерами использования подобной модели могут быть коммерческие фирмы.
- 16) Аудиторией коммуникации является:
- 17) Представителем семиотики, предложившим ввести в классическую семиотическую модель коммуникации понятие «лексикодов», является:
- 18) Прагматика языка означает:
- 19) Какую коммуникативную культуру определяют перечисленные особенности: замена линейного текста нелинейным гипертекстом; информационное общество; проблема соотношения естественного и искусственного интеллектов (человек – компьютер); социальная информация как ключевой экономический ресурс; либерально-демократическая политическая ориентация общества.
- 20) Какую модель коммуникативного PR-взаимодействия образуют приведенные ниже характеристики: функция двусторонней симметричной модели заключается в установлении взаимопонимания между организацией и общественностью; имеет двусторонний сбалансированный характер, корректируя взаимоотношения между организацией и влияющей на нее общественностью; информационная модель стремится установить такие отношения, которые были бы приемлемыми для обеих сторон. Поэтому появляется новый принцип информационного взаимодействия: обе стороны воспринимаются как группы, достигшие взаимного соглашения; оценочная природа исследований соотносится с серьезным анализом общественного мнения, результаты которого в значительной степени корректируют деятельность организации; примерами реализации подобной модели PR могут быть бизнес-агентства, деятельность которых определяется государством.





- 21) Массовой коммуникацией можно называть:
- 22) Кодирование в коммуникационном процессе означает:
- 23) Вербальными коммуникациями называют:
- 24) Качественными характеристика источника сообщения являются:
- 25) Инструктированию в коммуникативном процессе соответствует стадия:
- 26) Ученые, исследующие массовую коммуникацию, авторы концепции «социальной семиотики»:
- 27) Коммуникации какого уровня характеризуются приведенными ниже характеристиками: массовость аудитории; гетерогенность аудитории; использование высокоскоростных и репродуктивных текстов средств связи и информации; быстрое распространение сообщений; относительно небольшая потребительская стоимость информации.
- 28) Знак, план выражения, который похож на план содержания, в теории коммуникации называют:
- 29) Какие элементы процесса коммуникации являются ключевыми для коммуникатора:
- 30) Коммуникация – это двусторонний процесс обмена сообщениями, с целью информирования, инструктирования и убеждения (Катлип, Сентер, Брум). Какая стадия не входит в процесс информирования:

