



ПСИХОЛОГИЯ МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ.(2)

- 1 Неверно, что ... является приемом манипулирования общественным сознанием в массовой коммуникации
- 2 Психологическая эффективность массовой коммуникации – это, в первую очередь, ...
- 3 Основоположником изучения подражания как механизма распространения моды был ...
- 4 Суггестивные психотехнологии в массовой коммуникации основаны на использовании такого феномена, как ...
- 5 Задача обучения аудитории как потребителя информации поставлена в теоретическом подходе, получившем название «теория ...»
- 6 Характер и направление влияния массовой коммуникации зависят от выбора одной из двух принципиальных программ воздействия – манипулятивной или формирующей, в зависимости от ...
- 7 Признаком массовой коммуникации является ...
- 8 Когда человек чувствует, что какое-то событие и информация об этом событии организуются с целью повлиять на него, и видит в этом угрозу – возникает эффект ...
- 9 В качестве психологического якоря в воздействии массовой коммуникации на реципиента могут выступать ...
- 10 Конгруэнтность в общении – это ...
- 11 Форма проявления общественного сознания, которая выражается в виде суждений, идей, представлений о явлениях и проблемах социальной жизни, называется общественным ...
- 12 Обмен индивидуальными мнениями, суждениями, оценками, при котором используются невербальные средства, отсутствие аргументации, иносказательные выражения, называется ... обменом
- 13 Общественное мнение, которое формируется в процессе неформального общения, называется ... мнением
- 14 Общественное настроение как преобладающее состояние чувств определенной социальной группы в конкретный период времени в отличие от общественного мнения ...



- (15) Форма самовыражения общественного настроения и общественного мнения, в основе которой лежит распространение недостоверной информации при отсутствии полной информации о событиях и людях, – это ...
- (16) К функциям сплетен как разновидности слухов, в основе которых лежат заведомо неверные сведения, ориентированные на популярных индивидуумов в обществе, можно отнести ...
- (17) К функциям традиций как социальных механизмов закрепления, воспроизведения, обогащения, передачи последующим поколениям исторически сложившихся устойчивых повторяющихся способов и приемов деятельности социальных групп и общества в целом можно отнести ...
- (18) Трансляция культуры в рамках обычаем происходит ...
- (19) Неверно, что традиции характеризует то, что ...
- (20) Неверно, что ... – это составляющая информационного пространства
- (21) Информационный повод – это возможность вводить в информационное пространство привлекательную тему, способную всколыхнуть интерес целевой аудитории и запустить процесс ...
- (22) Небольшое журналистское произведение (авторский материал), лаконичное и предельно информативное, написанное, как правило, в телеграфном стиле, – это ...
- (23) Принцип перевернутой пирамиды при создании новостной информации отражает ... важности информации
- (24) Закон восприятия информации, который говорит о том, что аудитория склонна писывать человеческие качества неодушевленным предметам и животным, называется законом ...