



ПСИХОЛОГИЯ МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ.

- 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 ...
- (25) Термин «массовая коммуникация» применим к тем средствам публичного выражения, посредством которых любое сообщение может охватить ...
- (26) К электронным средствам распространения информации относятся ...
- (27) При исследовании интеллектуальных различий между аудиториями различных средств массовых коммуникаций выяснено, что самые умные получатели информации – ...
- (28) Идею использования ценностей-лозунгов для преодоления конфликта поколений предложил ...



- (29) Идея М. Фуко о пагубности для политической партии захвата верхушкиластной пирамиды при отсутствии влияния этой партии на нижние этажи власти посредством размещения своих мнений и возваний в средствах массовых коммуникаций называют ...
- (30) Первым обратил внимание на факт существования массового усредненного сознания ...
- (31) Канадский ученый М. Макклюен – автор концепции «электронной деревни» развивал мысль, что при использовании в качестве каналов передачи информации СМК создается эффект, когда ...
- (32) Неверно, что ... относится к «горячим» СМК, т.е. тем, которые расширяют одно единственное чувство до степени высокой определенности
- (33) В соответствии с концепцией массового усредненного сознания «человек-масса» чувствует себя ...
- (34) Акцент на массовое усредненное сознание в своих передачах делает телеканал ...
- (35) Социальный институт, который позволяет властным структурам контролировать и направлять процессы, идущие в обществе, не прибегая к прямому насилию, называется социальным ...
- (36) В Российской Федерации такие информационные гиганты, как телевизионный Первый канал и компания ВГТРК, президентским Указом отнесены к числу стратегических предприятий ...
- (37) Неверно, что ... относят к функциям средств массовой коммуникации
- (38) Понятие «лидер мнений», т.е. человек, выполняющий функцию связующего звена между средством массовой коммуникации и своей группой, подверженной воздействиям массовых информационных кампаний, политически активный, интересующийся событиями и людьми, ввел ...
- (39) Заявление, которое характеризуется тем, что коммуникатор относит себя к сторонникам какой-то позиции (политической или рекламной) и приводит аргументы в ее поддержку, называется ... позицией
- (40) Информация как некая совокупность сообщений о свойствах, признаках, особенностях некоего объекта или предмета выступает как ... начало любой человеческой деятельности
- (41) В основе фабулы события лежат ответы на вопросы «...»



- (42) Неверно, что ... является побудительной формой информации, переданной через СМК в ходе проведения рекламной или PR-кампании
- (43) Чувство сближения и объединения, вызванное у реципиента в результате полученной им информации, называется ...
- (44) Информация, отражающая представления автора о схемах социального миропорядка, о характере человеческих взаимоотношений, называется ...
- (45) Список основных методов психологического воздействия в массовой коммуникации (убеждение, внушение, заражение), можно дополнить таким методом, как ...
- (46) Неверно, что ... является приемом манипулирования общественным сознанием в массовой коммуникации
- (47) Психологическая эффективность массовой коммуникации – это, в первую очередь, ...
- (48) Основоположником изучения подражания как механизма распространения моды был ...
- (49) Суггестивные психотехнологии в массовой коммуникации основаны на использовании такого феномена, как ...
- (50) Задача обучения аудитории как потребителя информации поставлена в теоретическом подходе, получившем название «теория ...»
- (51) Характер и направление влияния массовой коммуникации зависят от выбора одной из двух принципиальных программ воздействия – манипулятивной или формирующей, в зависимости от ...
- (52) Признаком массовой коммуникации является ...
- (53) 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 ...
- (54) В качестве психологического якоря в воздействии массовой коммуникации на реципиента могут выступать ...
- (55) Конгруэнтность в общении – это ...
- (56) Форма проявления общественного сознания, которая выражается в виде суждений, идей, представлений о явлениях и проблемах социальной жизни, называется общественным ...



- (57) Обмен индивидуальными мнениями, суждениями, оценками, при котором используются невербальные средства, отсутствие аргументации, иносказательные выражения, называется ... обменом
- (58) Общественное мнение, которое формируется в процессе неформального общения, называется ... мнением
- (59) Общественное настроение как преобладающее состояние чувств определенной социальной группы в конкретный период времени в отличие от общественного мнения ...
- (60) Форма самовыражения общественного настроения и общественного мнения, в основе которой лежит распространение недостоверной информации при отсутствии полной информации о событиях и людях, – это ...
- (61) К функциям сплетен как разновидности слухов, в основе которых лежат заведомо неверные сведения, ориентированные на популярных индивидуумов в обществе, можно отнести ...
- (62) 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 ...
- (63) Трансляция культуры в рамках обычая происходит ...
- (64) Неверно, что традиции характеризует то, что ...
- (65) Неверно, что ... – это составляющая информационного пространства
- (66) Информационный повод – это возможность вводить в информационное пространство привлекательную тему, способную всколыхнуть интерес целевой аудитории и запустить процесс ...
- (67) Небольшое журналистское произведение (авторский материал), лаконичное и предельно информативное, написанное, как правило, в телеграфном стиле, – это ...
- (68) Принцип перевернутой пирамиды при создании новостной информации отражает ... важности информации
- (69) Закон восприятия информации, который говорит о том, что аудитория склонна писывать человеческие качества неодушевленным предметам и животным, называется законом ...



- (70) Термин «массовая коммуникация» применим к тем средствам публичного выражения, посредством которых любое сообщение может охватить ...
- (71) К электронным средствам распространения информации относятся ...
- (72) При исследовании интеллектуальных различий между аудиториями различных средств массовых коммуникаций выяснено, что самые умные получатели информации – ...
- (73) Идею использования ценностей-лозунгов для преодоления конфликта поколений предложил ...
- (74) Идея М. Фуко о пагубности для политической партии захвата верхушкиластной пирамиды при отсутствии влияния этой партии на нижние этажи власти посредством размещения своих мнений и возваний в средствах массовых коммуникаций называют ...
- (75) Первым обратил внимание на факт существования массового усредненного сознания ...
- (76) Канадский ученый М. Макклюен – автор концепции «электронной деревни» развивал мысль, что при использовании в качестве каналов передачи информации СМК создается эффект, когда ...
- (77) Неверно, что ... относится к «горячим» СМК, т.е. тем, которые расширяют одно единственное чувство до степени высокой определенности
- (78) В соответствии с концепцией массового усредненного сознания «человек-масса» чувствует себя ...
- (79) Акцент на массовое усредненное сознание в своих передачах делает телеканал ...
- (80) Социальный институт, который позволяет властным структурам контролировать и направлять процессы, идущие в обществе, не прибегая к прямому насилию, называется социальным ...
- (81) В Российской Федерации такие информационные гиганты, как телевизионный Первый канал и компания ВГТРК, президентским Указом отнесены к числу стратегических предприятий ...
- (82) Неверно, что ... относят к функциям средств массовой коммуникации



- (83) Понятие «лидер мнений», т.е. человек, выполняющий функцию связующего звена между средством массовой коммуникации и своей группой, подверженной воздействиям массовых информационных кампаний, политически активный, интересующийся событиями и людьми, ввел ...
- (84) Заявление, которое характеризуется тем, что коммуникатор относит себя к сторонникам какой-то позиции (политической или рекламной) и приводит аргументы в ее поддержку, называется ... позицией
- (85) Информация как некая совокупность сообщений о свойствах, признаках, особенностях некоего объекта или предмета выступает как ... начало любой человеческой деятельности
- (86) В основе фабулы события лежат ответы на вопросы «...»
- (87) Неверно, что ... является побудительной формой информации, переданной через СМК в ходе проведения рекламной или PR-кампании
- (88) Чувство сближения и объединения, вызванное у рецептиента в результате полученной им информации, называется ...
- (89) Информация, отражающая представления автора о схемах социального миропорядка, о характере человеческих взаимоотношений, называется ...
- (90) Список основных методов психологического воздействия в массовой коммуникации (убеждение, внушение, заражение), можно дополнить таким методом, как ...