



## ПСИХОЛОГИЯ МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ.Э

- 1 Термин «массовая коммуникация» применим к тем средствам публичного выражения, посредством которых любое сообщение может охватить ...
- 2 К электронным средствам распространения информации относятся ...
- 3 При исследовании интеллектуальных различий между аудиториями различных средств массовых коммуникаций выяснено, что самые умные получатели информации – ...
- 4 Идею использования ценностей-лозунгов для преодоления конфликта поколений предложил ...
- 5 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 ...
- 6 Первым обратил внимание на факт существования массового усредненного сознания ...
- 7 Канадский ученый М. Макклюен – автор концепции «электронной деревни» развивал мысль, что при использовании в качестве каналов передачи информации СМК создается эффект, когда ...
- 8 Неверно, что ... относится к «горячим» СМК, т.е. тем, которые расширяют одно единственное чувство до степени высокой определенности
- 9 В соответствии с концепцией «массового усредненного сознания» «человек-масса» чувствует себя ...
- 10 Акцент на «массовое усредненное сознание» в своих передачах делает телеканал ...
- 11 Социальный институт, который позволяет властным структурам контролировать и направлять процессы, идущие в обществе, не прибегая к прямому насилию, называется социальным ...
- 12 В Российской Федерации такие информационные гиганты, как телевизионный «Первый канал» и компания ВГТРК, президентским Указом отнесены к числу стратегических предприятий ...
- 13 Неверно, что ... относят к функциям средств массовой коммуникации



- 14 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 ...
- 15 Заявление, которое характеризуется тем, что коммуникатор относит себя к сторонникам какой-то позиции (политической или рекламной) и приводит аргументы в ее поддержку, называется ... позицией
- 16 Информация как некая совокупность сообщений о свойствах, признаках, особенностях некоего объекта или предмета выступает как ... начало любой человеческой деятельности
- 17 В основе фабулы события лежат ответы на вопросы «...»
- 18 Неверно, что ... является побудительной формой информации, переданной через СМК в ходе проведения рекламной или PR-кампании
- 19 Чувство сближения и объединения, вызванное у рецептиента в результате полученной им информации, называется ...
- 20 Информация, отражающая представления автора о схемах социального миропорядка, о характере человеческих взаимоотношений, называется ...
- 21 Список основных методов психологического воздействия в массовой коммуникации (убеждение, внушение, заражение), можно дополнить таким методом, как ...
- 22 Неверно, что ... является приемом манипулирования общественным сознанием в массовой коммуникации
- 23 Психологическая эффективность массовой коммуникации – это, в первую очередь, ...
- 24 Основоположником изучения подражания как механизма распространения моды был ...
- 25 Суггестивные психотехнологии в массовой коммуникации основаны на использовании такого феномена, как ...
- 26 Задача обучения аудитории как потребителя информации поставлена в теоретическом подходе, получившем название «теория ...»
- 27 Характер и направление влияния массовой коммуникации зависят от выбора одной из двух принципиальных программ воздействия – манипулятивной или формирующей, в зависимости ...



- (28) 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 ...
- (29) В качестве психологического «якоря» в воздействии массовой коммуникации на реципиента могут выступать ...
- (30) Конгруэнтность в общении – это ...
- (31) Форма проявления общественного сознания, которая выражается в виде суждений, идей, представлений о явлениях и проблемах социальной жизни, называется общественным ...
- (32) Обмен индивидуальными мнениями, суждениями, оценками, при котором используются невербальные средства, отсутствие аргументации, иносказательные выражения, называется ... обменом
- (33) Общественное мнение, которое формируется в процессе неформального общения, называется ... мнением
- (34) Общественное настроение как преобладающее состояние чувств определенной социальной группы в конкретный период времени в отличие от общественного мнения ...
- (35) Форма самовыражения общественного настроения и общественного мнения, в основе которой лежит распространение недостоверной информации при отсутствии полной информации о событиях и людях, – это ...
- (36) К функциям сплетен как разновидности слухов, в основе которых лежат заведомо неверные сведения, ориентированные на популярных индивидуумов в обществе, можно отнести ...
- (37) 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 ...
- (38) Трансляция культуры в рамках обычая происходит ...
- (39) Исключите неверную характеристику традиций Неверно, что традиции характеризует то, что ...
- (40) Неверно, что ... – это составляющая информационного пространства



- 41 Информационный повод – это возможность вводить в информационное пространство привлекательную тему, способную всколыхнуть интерес целевой аудитории и запустить процесс ...
- 42 Небольшое журналистское произведение (авторский материал), лаконичное и предельно информативное, написанное, как правило, в телеграфном стиле, – это ...
- 43 Принцип перевернутой пирамиды при создании новостной информации отражает ... важности информации
- 44 Закон восприятия информации, который говорит о том, что аудитория склонна писывать человеческие качества неодушевленным предметам и животным, называется законом ...