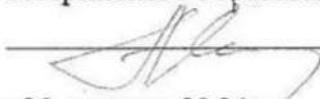




Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
«Саратовский государственный медицинский
университет имени В. И. Разумовского»
Министерства здравоохранения Российской Федерации

УТВЕРЖДАЮ

Директор Высшей школы управления
здоровьем, клинической психологии и
сестринского образования


О.Ю. Алешкина
« 26 » апреля 20 24 г

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ**

Дисциплина:	Психология массовых коммуникаций в современном обществе <hr/> (наименование дисциплины)
Специальность:	37.05.01 Клиническая психология <hr/> (код и наименование специальности)
Квалификация:	Клинический психолог <hr/> (квалификация (степень) выпускника)

1. КАРТА КОМПЕТЕНЦИЙ

Контролируемые компетенции	Планируемые результаты обучения
УК-1. Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, выработать стратегию действий.	ИУК 1.1 Знает методы критического анализа и оценки современных научных достижений; основные принципы критического анализа ИУК 1.2 Умеет получать новые знания на основе анализа, синтеза и др.; собирать данные по сложным научным проблемам, относящимся к профессиональной области; осуществлять поиск информации и решений на основе действий, эксперимента и опыта ИУК 1.3 Владеет практическим опытом исследования проблемы профессиональной деятельности с применением анализа, синтеза и других методов интеллектуальной деятельности; разработки стратегии действий для решения профессиональных проблем
ПК-18 Способен к проведению мониторинга психологической безопасности и комфортности среды проживания населения, анализ полученных данных	ИПК-45 знать особенности активной коммуникации и информационно - аналитической деятельности. ИПК-46 уметь учитывать в ходе исследования социально-демографические, индивидуально-психологические характеристики обследуемого. ИПК-47 владеть навыками критической оценки опасностей психологических эффектов массовой коммуникации.

2. ПОКАЗАТЕЛИ ОЦЕНИВАНИЯ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ

Семестр	Шкала оценивания	
	«не зачтено»	«зачтено»
знать		
3	<p>Студент не способен самостоятельно выделять главные положения в изученном материале дисциплины. Не знает межпредметных связей психологии массовых коммуникаций в структуре социально - гуманитарного знания, особенностей массового сознания и коммуникации, коммуникативных основы Я-концепции. Студент демонстрирует непонимание особенностей активной коммуникации и информационно-аналитической деятельности, не знает принципов психодиагностического обследования пациента.</p>	<p>Студент самостоятельно выделяет главные положения в изученном материале и способен дать краткую характеристику основным идеям проработанного материала дисциплины. Знает место психологии массовых коммуникаций в структуре социально - гуманитарного знания, особенности массового сознания и коммуникации, коммуникативные основы Я-концепции. Показывает глубокое понимание особенностей активной коммуникации и информационно-аналитической деятельности, принципов психодиагностического обследования пациента.</p>
уметь		
3	<p>Студент не умеет доступно излагать окружающим особенности функционирования каналов СМК, определяющих общественное мнение, не способен учитывать в ходе исследования социально-демографические, индивидуально-психологические характеристики обследуемого. Студент также не умеет применять полученные знания специфики современной информационной среды, психологии повседневного убеждения в реальной жизни и профессиональной деятельности. Также студент не способен составить план действия в ситуациях стихийного массового поведения, распознавая суггестивные в средствах массовой коммуникации.</p>	<p>Студент умеет доступно излагать окружающим особенности функционирования каналов СМК, определяющих общественное мнение, учитывать в ходе исследования социально-демографические, индивидуально-психологические характеристики обследуемого. Студент также умеет применять полученные знания специфики современной информационной среды, психологии повседневного убеждения в реальной жизни и профессиональной деятельности. Студент умеет составить план действия в ситуациях стихийного массового поведения, распознавая суггестивные в средствах массовой коммуникации.</p>
владеть		
3	<p>Студент не владеет навыками грамотной коммуникации, объяснения сущности психологии массовых коммуникаций, понимания и анализа массовых коммуникаций как социального явления. Также не владеет навыками поиска источников и литературы, отбора фактического материала, реферирования и конспектирования, общения с пациентом, выстраивания</p>	<p>Студент показывает глубокое и полное владение всем объемом изучаемой дисциплины, владеет навыками грамотной коммуникации, объяснения сущности психологии массовых коммуникаций, понимания и анализа массовых коммуникаций как социального явления. Также владеет навыками поиска источников и литературы, отбора фактического материала,</p>

	эффективной коммуникации, навыками критической оценки опасностей психологических эффектов массовой коммуникации.	реферирования и конспектирования, общения с пациентом, выстраивания эффективной коммуникации, навыками критической оценки опасностей психологических эффектов массовой коммуникации.
--	--	--

3. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

3.1. ПЕРЕЧЕНЬ КОНТРОЛЬНЫХ ВОПРОСОВ

1. Роль и значение массовой коммуникации в современном мире. Актуальность изучения массовой коммуникации.
2. Массовое сознание: природа, структура, механизмы функционирования.
3. Основные подходы, направления и методология в исследованиях массовой коммуникации.
4. Психологические и социально-психологические аспекты изучения массовой коммуникации.
5. Метод фокус-групп, его особенности, достоинства и недостатки.
6. Контент-анализ в изучении массовой коммуникации.
7. Анкетирование, интервью и тестирование в психологических исследованиях массовой коммуникации.
8. Особенности протекания психических процессов в массовой коммуникации.
9. Особенности познавательных психических процессов в массовой коммуникации.
10. Особенности эмоционально-волевых процессов в массовой коммуникации.
11. Содержание и границы понятий коммуникации и массовой коммуникации.
12. Виды каналов массовой коммуникации. Структура массовой коммуникации.
13. Содержание информации.
14. Непосредственное и опосредствованное общение.
15. Психологические особенности коммуникации.
16. Место психологии коммуникации в рамках психологических наук.
17. Понятие и основные подходы к операционализации понятия коммуникация.
18. Формы коммуникативного действия (общения).
19. Основные направления исследований потребления медиа-продукции.
20. Функции массовой коммуникации.
21. Средства массовой коммуникации в постмодернистской перспективе.
22. Психология эффектов массовой коммуникации.
23. Структура личности как база восприятия и обработки информации и главный барьер на пути влияния массовой коммуникации.
24. Роль установок и стереотипов в процессе массовой коммуникации.
25. Роль СМИ в формировании и управлении массовым сознанием.
26. Мотивация и ожидания в механизме обращения аудитории к СМИ.
27. Нормальные и аномальные психические состояния в массовой коммуникации.
28. Психологические, языковые и социальные барьеры в массовой коммуникации.
29. Теории медиаэффектов.
30. Эффекты массовой коммуникации на индивидуальном уровне.
31. Эффекты массовой коммуникации на общественном уровне.
32. Подражание, заражение, внушение. Симптомы огруппления мышления
33. Психологические модели убеждающего воздействия.
34. PR и пропаганда: сходство и различия (психологический и социально-психологический аспекты).
35. Способы влияния пропаганды на индивида и социальные группы.
36. Объективные и субъективные факторы, влияющие на ход и результаты пропаганды.
37. Манипулирование: природа, формы и механизмы.
38. Роль СМИ в пропаганде и агитации.
39. PR и реклама: сходство и различия (психологический и социально-

психологическийаспекты).

40. Психологическое воздействие в рекламе.
41. Психотехнология рекламного дела.
42. Психология рекламы в прессе.
43. Психология рекламы по телевидению.
44. Психология наружной рекламы.
45. Коммуникативная эффективность рекламы. Критерии эффективности рекламы.
46. Слух как СМИ. Природа и разновидности слухов.
47. Факторы циркуляции слухов. Борьба со слухами.
48. Каналы распространения слухов. Роль СМИ в распространении слухов.

3.2. ПЕРЕЧЕНЬ ТЕСТОВЫХ ЗАДАНИЙ

ТЕСТЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ «ПСИХОЛОГИЯ МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ» ПО МОДУЛЮ 1 «ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ЭФФЕКТЫ МАССОВОЙ КОММУНИКАЦИИ» СПЕЦИАЛЬНОСТИ КЛИНИЧЕСКАЯ ПСИХОЛОГИЯ

В ЗАВИСИМОСТИ ОТ ЦЕЛЕЙ СООБЩЕНИЯ ВЫДЕЛЯЮТ ПЯТЬ МОДЕЛЕЙ КОММУНИКАЦИИ: ПОЗНАВАТЕЛЬНАЯ, УБЕЖДАЮЩАЯ, ЭКСПРЕССИВНАЯ, А ТАКЖЕ _____

В ЗАВИСИМОСТИ ОТ ЦЕЛЕЙ СООБЩЕНИЯ ВЫДЕЛЯЮТ ПЯТЬ МОДЕЛЕЙ КОММУНИКАЦИИ: ЭКСПРЕССИВНАЯ, СУГГЕСТИВНАЯ, РИТУАЛЬНАЯ, А ТАКЖЕ _____

«СОВОКУПНОСТЬ ТЕХНИЧЕСКИХ И ПРОГРАММНЫХ СРЕДСТВ ХРАНЕНИЯ, ОБРАБОТКИ И ПЕРЕДАЧИ ИНФОРМАЦИИ, А ТАКЖЕ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ И КУЛЬТУРНЫХ УСЛОВИЙ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОЦЕССОВ ИНФОРМАТИЗАЦИИ» – ЭТО ОПРЕДЕЛЕНИЕ _____

ВЫЗВАТЬ У ДЕЛОВОГО ПАРТНЕРА ОПРЕДЕЛЕННЫЕ ЧУВСТВА И СФОРМИРОВАТЬ ЦЕННОСТНЫЕ ОРИЕНТАЦИИ И УСТАНОВКИ; УБЕДИТЬ В ПРАВОМЕРНОСТИ СТРАТЕГИЙ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ; СДЕЛАТЬ СВОИМ ЕДИНОМЫШЛЕННИКОМ – ЭТО ЦЕЛЬ ТАКОЙ КОММУНИКАЦИИ, КАК _____

ОКАЗАТЬ ВНУШАЮЩЕЕ ВОЗДЕЙСТВИЕ НА ДЕЛОВОГО ПАРТНЕРА ДЛЯ ИЗМЕНЕНИЯ МОТИВАЦИИ, ЦЕННОСТНЫХ ОРИЕНТАЦИЙ И УСТАНОВОК, ПОВЕДЕНИЯ И ОТНОШЕНИЯ - ЭТО ЦЕЛЬ ТАКОЙ КОММУНИКАЦИИ, КАК _____

ОПОРА НА ВОСПРИИМЧИВОСТЬ ПАРТНЕРА, ЕГО ЛИЧНОСТНУЮ МОТИВАЦИЮ И ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНО-ЭМОЦИОНАЛЬНУЮ КУЛЬТУРУ ХАРАКТЕРНА ДЛЯ _____ КОММУНИКАЦИИ

УЧЕТ ИНДИВИДУАЛЬНЫХ УСТАНОВОК ДЕЛОВЫХ ПАРТНЕРОВ НА ПОЛУЧЕНИЕ НОВОЙ ИНФОРМАЦИИ И ИХ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫХ ВОЗМОЖНОСТЕЙ ХАРАКТЕРЕН ДЛЯ _____ КОММУНИКАЦИИ

ОПОРА НА ЭМОЦИОНАЛЬНУЮ СФЕРУ ПАРТНЕРА, ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ХУДОЖЕСТВЕННО-ЭСТЕТИЧЕСКИХ СРЕДСТВ ВОЗДЕЙСТВИЯ НА ВСЕ СЕНСОРНЫЕ КАНАЛЫ ПАРТНЕРА ХАРАКТЕРНЫ ДЛЯ _____ КОММУНИКАЦИИ

ВНУШАЕМОСТЬ ПАРТНЕРА, ЕГО НЕДОСТАТОЧНАЯ ИНФОРМИРОВАННОСТЬ, НЕДОСТАТОЧНАЯ КРИТИЧНОСТЬ УМА, ВЫСОКИЙ АВТОРИТЕТ ПАРТНЁРА, ОСУЩЕСТВЛЯЮЩЕГО ВНУШЕНИЕ, СОЗДАНИЕ АТМОСФЕРЫ ДОВЕРИТЕЛЬНОСТИ ХАРАКТЕРНЫ ДЛЯ _____ КОММУНИКАЦИИ

ЦЕРЕМОНИАЛЬНЫЙ ХАРАКТЕР АКЦИЙ, ХУДОЖЕСТВЕННО ОФОРМЛЕННАЯ ПРОСТРАНСТВЕННАЯ СРЕДА; СОБЛЮДЕНИЕ КОНВЕНЦИЙ;

ОПОРА НА НАЦИОНАЛЬНЫЕ, ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ ТРАДИЦИИ И НОРМЫ ОБЩЕНИЯ ХАРАКТЕРНЫ ДЛЯ _____ КОММУНИКАЦИИ

ПРОЦЕСС КОММУНИКАЦИИ МЕЖДУ ЛЮДЬМИ СЛЕДУЕТ ХАРАКТЕРИЗОВАТЬ КАК ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ МЕЖДУ СУБЪЕКТОМ И _____

СОВОКУПНОСТЬ КОМПЬЮТЕРОВ, СОЕДИНЕННЫХ КАНАЛАМИ ОБМЕНА ИНФОРМАЦИИ И НАХОДЯЩИХСЯ В ПРЕДЕЛАХ ОДНОГО (ИЛИ НЕСКОЛЬКИХ) ПОМЕЩЕНИЙ, ЗДАНИЯ, НАЗЫВАЕТСЯ _____

НАБОР СОГЛАШЕНИЙ О ВЗАИМОДЕЙСТВИЯХ В КОМПЬЮТЕРНОЙ СЕТИ НАЗЫВАЕТСЯ _____

СОВОКУПНОСТЬ ЛОКАЛЬНЫХ СЕТЕЙ И КОМПЬЮТЕРОВ, РАСПОЛОЖЕННЫХ НА БОЛЬШИХ РАССТОЯНИЯХ И СОЕДИНЕННЫХ С ПОМОЩЬЮ КАНАЛОВ СВЯЗИ В ЕДИНУЮ СИСТЕМУ НАЗЫВАЕТСЯ _____

ДЛЯ ХРАНЕНИЯ ФАЙЛОВ, ПРЕДНАЗНАЧЕННЫХ ДЛЯ ОБЩЕГО ДОСТУПА ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ СЕТИ, ИСПОЛЬЗУЕТСЯ _____

КОНФИГУРАЦИЯ (ТОПОЛОГИЯ) ЛОКАЛЬНОЙ КОМПЬЮТЕРНОЙ СЕТИ, В КОТОРОЙ ВСЕ РАБОЧИЕ СТАНЦИИ ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНО СОЕДИНЕНЫ ДРУГ С ДРУГОМ, НАЗЫВАЕТСЯ _____

ПРОПУСКНАЯ СПОСОБНОСТЬ КАНАЛА ПЕРЕДАЧИ ИНФОРМАЦИИ ИЗМЕРЯЕТСЯ В _____

ЛИЧНОСТНЫЕ КАЧЕСТВА, ПРЕДОПРЕДЕЛЁННЫЕ СОЦИАЛЬНЫМИ ФАКТОРАМИ, - ЭТО _____

СОВОКУПНОСТЬ НАУЧНЫХ ВЗГЛЯДОВ НА СОЦИАЛЬНОЕ ПОВЕДЕНИЕ ЛИЧНОСТИ В ЗАВИСИМОСТИ ОТ СОСТОЯНИЯ ЕЁ ГОТОВНОСТИ К ОПРЕДЕЛЁННЫМ СПОСОБАМ ДЕЙСТВИЙ В ОПРЕДЕЛЁННЫХ СИТУАЦИЯХ ПРИНЯТО НАЗЫВАТЬ _____ КОНЦЕПЦИЕЙ

СОВОКУПНОСТЬ ПОЛИТИЧЕСКИХ, ИДЕЙНО-НРАВСТВЕННЫХ, ЭТИЧЕСКИХ, КУЛЬТУРНО-БЫТОВЫХ НОРМ ЖИЗНИ И ПОВЕДЕНИЯ, ПРОЯВЛЯЮЩИХСЯ В НЕПОСРЕДСТВЕННОМ ОБЩЕНИИ ПРЕДСТАВИТЕЛЕЙ РАЗЛИЧНЫХ НАЦИОНАЛЬНОСТЕЙ, НАЗЫВАЕТСЯ КУЛЬТУРОЙ _____

ДЕЙСТВИЕ, ПРИ КОТОРОМ ИНДИВИД ОСОЗНАЕТ ЦЕЛЬ, СРЕДСТВА И ПОСЛЕДСТВИЯ, НАЗЫВАЕТСЯ _____

СОВОКУПНОСТЬ КОМПЬЮТЕРОВ, СОЕДИНЕННЫХ КАНАЛАМИ ОБМЕНА ИНФОРМАЦИИ И НАХОДЯЩИХСЯ В ПРЕДЕЛАХ ОДНОГО (ИЛИ НЕСКОЛЬКИХ) ПОМЕЩЕНИЙ, ЗДАНИЯ, НАЗЫВАЕТСЯ

1. глобальной компьютерной сетью
2. локальной компьютерной сетью
3. информационной системой с гиперсвязями

4. электронной почтой

СПОСОБНОСТЬ И ВОЗМОЖНОСТЬ СУБЪЕКТОВ ПОЛИТИКИ ВОЗДЕЙСТВОВАТЬ НА СОЗНАНИЕ, ПСИХИКУ ЛЮДЕЙ, ИХ ПОВЕДЕНИЕ И ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ С ПОМОЩЬЮ ИНФОРМАЦИИ В ИНТЕРЕСАХ ГОСУДАРСТВА И ГРАЖДАНСКОГО ОБЩЕСТВА НАЗЫВАЕТСЯ _____

СПОСОБНОСТЬ СИСТЕМЫ К РАЗВИТИЮ, КОНФИДЕНЦИАЛЬНОСТЬ, УСТОЙЧИВОСТЬ, ДОСТОВЕРНОСТЬ, ДОСТУПНЫЙ ДЛЯ ПОЛЬЗОВАТЕЛЯ ХАРАКТЕР ОТОБРАЖЕНИЯ ИНФОРМАЦИИ – ТРЕБОВАНИЯ, КОТОРЫМ ДОЛЖНА УДОВЛЕТВОРЯТЬ _____ СИСТЕМА

КОНЦЕПЦИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТНОГО ОПОСРЕДСТВОВАНИЯ МЕЖЛИЧНОСТНЫХ ОТНОШЕНИЙ НАЗЫВАЕТСЯ _____ КОНЦЕПЦИЕЙ

ОДНОНАПРАВЛЕННАЯ ПЕРЕДАЧА ИНФОРМАЦИИ ОТ ОРГАНИЗАТОРА ОБЩЕНИЯ НА ПОЛУЧАТЕЛЯ ИНФОРМАЦИИ – ЭТО _____ КОММУНИКАТИВНАЯ ФОРМА

ЛОКАЛЬНЫЕ КОМПЬЮТЕРНЫЕ СЕТИ КАК СРЕДСТВО ОБЩЕНИЯ ИСПОЛЬЗУЮТСЯ

1. для организации доступа к общим для всех пользователей устройствам ввода - принтерам, графопостроителям и общим информационным ресурсам местного значения
2. для общения людей непосредственно
3. для осуществления обмена данными между несколькими пользователями, для организации доступа к общим для всех пользователей устройствам вывода (принтерам), к общим информационным ресурсам местного значения
4. только для организации доступа к общим для всех пользователей информационных ресурсов

ГЛОБАЛЬНЫЕ КОМПЬЮТЕРНЫЕ СЕТИ КАК СРЕДСТВО КОММУНИКАЦИИ ПОЯВИЛИСЬ, КОГДА

1. созрела общественная потребность общения между людьми, проживающими в разных точках планеты и появились соответствующие технические возможности (системы и сети компьютерной коммуникации)
2. появились компьютеры
3. совершилась научно-техническая революция
4. созрела общественная потребность общения между людьми, проживающими на разных точках планеты

ПРЕДМЕТНЫЕ ОБЛАСТИ ИНФОРМАЦИОННОЙ ЖИЗНЕДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОБЩЕСТВА

1. разработка механизмов манипуляции сознанием, предоставление информационных услуг
2. производство информации, распространение информационных продуктов, предоставление информационных услуг
3. производство коммуникационных систем, поставка информации надзорным органам
4. разработка механизмов коммуникационного воздействия

ПРОЦЕСС ПЕРЕДАЧИ ИНФОРМАЦИИ – ИДЕЙ, ПРЕДСТАВЛЕНИЙ, МНЕНИЙ, ОЦЕНОК, ЗНАНИЙ, ЧУВСТВ И Т.П. – ОТ ИНДИВИДА К ИНДИВИДУ, ОТ ГРУППЫ К ГРУППЕ НАЗЫВАЕТСЯ

1. преемственность
2. культурная коммуникация
3. модернизация
4. глобализация

РЕСУРСНЫЕ КОМПОНЕНТЫ, НЕОБХОДИМЫЕ ДЛЯ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ИНФОРМАЦИОННОЙ СРЕДЫ РЕГИОНА

1. финансовые, кадровые, диалогические, политические
2. финансовые, кадровые, организационные, виртуальные
3. финансовые, кадровые, правовые, глобалистские
4. финансовые, кадровые, правовые, организационные, теоретико-методологические

НОРМАТИВНАЯ ФУНКЦИЯ КОММУНИКАЦИИ – ЭТО

1. процесс обмена информацией
2. взаимодействие индивидов в процессе межличностного общения
3. процесс передачи и закрепления норм в обыденном сознании
4. обмен результатами деятельности, способностями, умениями, навыками

РЕКЛАМА – ЭТО ФОРМА _____ КОММУНИКАЦИИ

СПЕЦИФИЧЕСКИЙ ОБМЕН ИНФОРМАЦИЕЙ, В РЕЗУЛЬТАТЕ КОТОРОГО ПРОИСХОДИТ ПРОЦЕСС ПЕРЕДАЧИ ИНФОРМАЦИИ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОГО И ЭМОЦИОНАЛЬНОГО СОДЕРЖАНИЯ ОТ ОТПРАВИТЕЛЯ К ПОЛУЧАТЕЛЮ – ЭТО _____

ПРОЦЕСС ОБМЕНА ДУХОВНЫМИ ЦЕННОСТЯМИ ОТРАЖАЕТ _____ ФУНКЦИЮ КОММУНИКАЦИИ

ТЕРМИН «ПСИХОЛОГИЯ» В НАУЧНЫЙ ОБОРОТ ВВЕЛ _____

СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ПРОЯВЛЕНИЯ ЛИЧНОСТИ, ЕЕ ВЗАИМООТНОШЕНИЯ С ЛЮДЬМИ ИЗУЧАЕТ _____ ПСИХОЛОГИЯ

СТЕПЕНЬ ТРУДНОСТИ ТЕХ ЦЕЛЕЙ, К ДОСТИЖЕНИЮ КОТОРЫХ СТРЕМИТСЯ ЧЕЛОВЕК - ЭТО

1. локус контроля
2. самооценка
3. уровень притязаний
4. характер

РАЗБИЕНИЕ ФАЙЛОВ НА IP-ПАКЕТЫ В ПРОЦЕССЕ ПЕРЕДАЧИ И СБОРКУ ФАЙЛОВ В ПРОЦЕССЕ ПОЛУЧЕНИЯ ОБЕСПЕЧИВАЕТ

АНАЛИЗ ДОСТОВЕРНОСТИ ДОКУМЕНТА ОТНОСИТСЯ К _____ АНАЛИЗУ

ЛЕКЦИИ И СЕМИНАРЫ, БЕСЕДЫ И КОНСУЛЬТАЦИИ, ОТЧЁТЫ – ЭТО КОММУНИКАТИВНЫЕ ФОРМЫ _____ КОММУНИКАЦИИ

ПРИЗЫВАЮЩАЯ К ДЕЙСТВИЮ РЕЧЬ, ПРЕСС-КОНФЕРЕНЦИЯ, ДИСКУССИЯ, ПЕРЕГОВОРЫ, ДЕЛОВАЯ БЕСЕДА, ПРЕЗЕНТАЦИЯ И ДР. – ЭТО КОММУНИКАТИВНЫЕ ФОРМЫ _____ КОММУНИКАЦИИ

БЕСЕДЫ, МИТИНГИ, ПРЕСС-КОНФЕРЕНЦИИ, БРИФИНГИ, ДЕБАТЫ, РЕКЛАМА, СОБРАНИЯ, КОНСУЛЬТАЦИИ, ТРЕНИНГИ – ЭТО КОММУНИКАТИВНЫЕ ФОРМЫ _____ КОММУНИКАЦИИ

ТОРЖЕСТВЕННАЯ, ТРАУРНАЯ РЕЧИ, РИТУАЛЬНЫЕ АКТЫ, ЦЕРЕМОНИИ, ОБРЯДЫ; ПРАЗДНИКИ, ПОСВЯЩЕНИЯ, ЧЕСТВОВАНИЯ; ПРЕЗЕНТАЦИИ И ТОРЖЕСТВЕННЫЕ СОБРАНИЯ - ЭТО КОММУНИКАТИВНЫЕ ФОРМЫ _____ КОММУНИКАЦИИ

НЕКОНТРОЛИРУЕМЫЕ СРЕДСТВА КОММУНИКАЦИИ ПРЕДПОЛАГАЮТ РАССЫЛКУ НОВОСТЕЙ ОБ ОРГАНИЗАЦИИ В СМИ БЕЗ ОПЛАТЫ СТОИМОСТИ ПУБЛИКАЦИИ. ПРИ ЭТОМ РАБОТНИКИ СМИ МОГУТ

1. исправлять содержания материала, места его размещения и др.
2. на свое усмотрение напечатать ваше сообщение целиком, с сокращениями (возможно, несогласованными) либо не напечатать его совсем
3. продавать полученную информацию для извлечения выгоды в государственных структурах
4. разбивать файлы на IP-пакеты в процессе передачи и сборку файлов в процессе получения

АНКЕТА - ЭТО

1. структурно организованный набор вопросов
2. оценка анкетером ситуации
3. сумма ответов респондента
4. вопросы респонденту

ЧЕЛОВЕК ОХВАТЫВАЕТ СВОИМ ВЗГЛЯДОМ ВЕСЬ МИР С ПОМОЩЬЮ

1. мировоззрения
2. закона
3. справедливости
4. совести

УСВОЕНИЕ НОРМ И ПРАВИЛ, ПРИНЯТЫХ В ОБЩЕСТВЕ, ВКЛЮЧЕНИЕ ЧЕЛОВЕКА В СОЦИАЛЬНУЮ СТРУКТУРУ И АКТИВНОЕ ВЛИЯНИЕ ЧЕЛОВЕКА НА СОЦИАЛЬНЫЕ ГРУППЫ И ПРОЦЕССЫ – ЭТО _____

СОЦИАЛИЗАЦИЯ, КОТОРАЯ ПРОИСХОДИТ В ДЕТСТВЕ И РАННЕЙ ЮНОСТИ, ОСНОВНЫМ АГЕНТОМ КОТОРОЙ ЯВЛЯЮТСЯ СЕМЬЯ И ШКОЛА – ЭТО _____ СОЦИАЛИЗАЦИЯ

ГРУППА, НОРМЫ И ЦЕННОСТИ КОТОРОЙ ЧЕЛОВЕК РАЗДЕЛЯЕТ И ПРИНИМАЕТ, ЗНАЧИМАЯ ДЛЯ ЧЕЛОВЕКА ГРУППА, КОТОРАЯ МОЖЕТ ОКАЗЫВАТЬ ВЛИЯНИЕ НА ЕГО ПОСТУПКИ – ЭТО _____ ГРУППА

НАПРАВЛЕНИЕ ПОЛИТИКИ ГОСУДАРСТВА, СВЯЗАННОЕ С ПЛАНИРОВАНИЕМ, ПРОЕКТИРОВАНИЕМ, РЕАЛИЗАЦИЕЙ И ОБЕСПЕЧЕНИЕМ КУЛЬТУРНОЙ ЖИЗНИ ГОСУДАРСТВА – ЭТО _____ ПОЛИТИКА

КОНТРОЛИРУЕМЫЕ СРЕДСТВА КОММУНИКАЦИИ ПРЕДПОЛАГАЮТ РАСПРОСТРАНЕНИЕ ИНФОРМАЦИИ ОБ ОРГАНИЗАЦИИ ЗА ЕЕ СЧЕТ, И, СЛЕДОВАТЕЛЬНО

1. работники СМИ могут на свое усмотрение напечатать ваше сообщение целиком, с сокращениями (возможно, несогласованными) либо не напечатать его совсем
2. контроль содержания материала, места его размещения и др.
3. систематическое и объективное выявление, сбор, анализ, распространение и использование информации
4. когда человек начинает свою трудовую деятельность, основными агентами являются трудовые коллективы

СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ – ЭТО

1. систематическое и объективное выявление, сбор, анализ, распространение и использование информации для повышения эффективности идентификации и решения маркетинговых проблем (возможностей)
2. функция управления, способствующая налаживанию или поддержанию взаимовыгодных связей между организацией и общественностью, от которой зависит ее успех или неудача
3. процесс планирования и осуществления концепций ценообразования, продвижения и распределения идей, товаров и услуг для проведения обмена, который удовлетворит цели отдельных людей и предприятий
4. процесс сбора и использование информации

ПРЕСС-РЕЛИЗЫ, КОМПЛЕКТЫ МАТЕРИАЛОВ ДЛЯ ПРЕССЫ, СТАТЬИ, ОЧЕРКИ, ПРЕСС-КОНФЕРЕНЦИИ ОТНОСЯТ К _____ СРЕДСТВАМ КОММУНИКАЦИИ

ЦЕЛЬ «УБЕДИТЬ 60% ГРАЖДАН В ВОЗРАСТЕ СВЫШЕ 50 ЛЕТ РЕГУЛЯРНО ОБСЛЕДОВАТЬСЯ ДЛЯ ПРОФИЛАКТИКИ РАКОВЫХ ЗАБОЛЕВАНИЙ ЖЕЛУДКА» - ЭТО _____ ЦЕЛЬ

ИНФОРМАЦИОННАЯ ЦЕЛЬ – это _____ сообщения

УДЕРЖАНИЕ СООБЩЕНИЯ В ПАМЯТИ – ЭТО _____ ЦЕЛЬ

ЦЕЛИ ВЛИЯНИЯ - ЭТО ЦЕЛИ

1. поведения
2. сегментации
3. выхода
4. позиционирования

ЦЕЛИ ВЛИЯНИЯ - ЭТО ЦЕЛИ

1. в сфере установок
2. сегментации
3. выхода
4. в сфере позиционирования

ФУНКЦИЯ PR, УЧИТЫВАЮЩАЯ СОБЫТИЯ, ВОЗНИКШИЕ ПРОБЛЕМЫ, ПОВЕДЕНИЕ ДРУГИХ И СООТВЕТСТВУЮЩИМ ОБРАЗОМ ОТЗЫВАЮЩАЯСЯ НА НИХ, СТРЕМЯСЬ СЛУЖИТЬ ОБЩЕСТВЕННОСТИ – ЭТО

1. контроль мнения и поведения общественности

2. реагирование на общественность
3. достижение взаимовыгодных отношений
4. контроль массового сознания

ФОРМА КОММУНИКАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, ДЛЯ КОТОРОЙ ХАРАКТЕРНО ЗАИМСТВОВАНИЕ ОБРАЗЦОВ ПОВЕДЕНИЯ, СТИЛЕЙ ОБЩЕНИЯ, ОБРАЗА ЖИЗНИ ОДНИХ ЧЛЕНОВ ОБЩЕСТВА ДРУГИМИ – ЭТО _____

КОММУНИКАЦИЯ МЕЖДУ ЛИЦАМИ ОДИНАКОВОГО СТАТУСА ИЛИ УРОВНЯ В СОЦИАЛЬНОЙ ИЕРАРХИИ – ЭТО _____ КОММУНИКАЦИЯ

ИЗМЕНЕНИЕ НАСТРОЯ ПАРТНЕРА, ПРОВОЦИРОВАНИЕ НЕОБХОДИМЫХ ЧУВСТВ (СОСТРАДАНИЯ, СОПЕРЕЖИВАНИЯ), ВОВЛЕЧЕНИЕ В КОНКРЕТНЫЕ АКЦИИ И ДЕЙСТВИЯ – ЭТО ОЖИДАЕМЫЙ РЕЗУЛЬТАТ _____ КОММУНИКАЦИИ

ОСВОЕНИЕ НОВОЙ ИНФОРМАЦИИ И ПРИМЕНЕНИЕ ЕЕ В ПРАКТИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, ВНЕДРЕНИЕ ИННОВАЦИЙ И САМОРАЗВИТИЕ – ЭТО ОЖИДАЕМЫЙ РЕЗУЛЬТАТ _____ КОММУНИКАЦИИ

ИЗМЕНЕНИЕ ЛИЧНОСТНЫХ УСТАНОВОК, ВЗГЛЯДОВ, УБЕЖДЕНИЙ, ПЕРЕОРИЕНТАЦИЯ ЦЕЛЕЙ - ЭТО ОЖИДАЕМЫЙ РЕЗУЛЬТАТ _____ КОММУНИКАЦИИ

ИЗМЕНЕНИЕ ПОВЕДЕНИЯ ПАРТНЕРА, СМЕНА УСТАНОВОК, ЦЕННОСТНЫХ ОРИЕНТАЦИЙ - ЭТО ОЖИДАЕМЫЙ РЕЗУЛЬТАТ ТАКОЙ КОММУНИКАЦИИ, КАК

1. убеждающая
2. экспрессивная
3. суггестивная
4. ритуальная

ИЗМЕНЕНИЕ ПОВЕДЕНИЯ ПАРТНЕРА, СМЕНА УСТАНОВОК, ЦЕННОСТНЫХ ОРИЕНТАЦИЙ - ЭТО ОЖИДАЕМЫЙ РЕЗУЛЬТАТ _____ КОММУНИКАЦИИ

ФОРМИРОВАНИЕ ЧУВСТВА ПАТРИОТИЗМА И НАЦИОНАЛЬНОЙ ГОРДОСТИ; КОРПОРАТИВНОЙ ПРИНАДЛЕЖНОСТИ; СОХРАНЕНИЕ ТРАДИЦИЙ, ЗАКРЕПЛЕНИЕ НОВЫХ РИТУАЛОВ - ЭТО ОЖИДАЕМЫЙ РЕЗУЛЬТАТ _____ КОММУНИКАЦИИ

СИНХРОНИЧЕСКАЯ КОММУНИКАЦИЯ – ЭТО КОММУНИКАЦИЯ

1. между людьми, стоящими на различных ступеньках социальной иерархии
2. между лицами одинакового статуса или уровня в социальной иерархии
3. которая реализуется посредством устных и письменных коммуникационных каналов между современниками
4. которая реализуется посредством передачи информации духовного содержания от поколения к поколению

КОММУНИКАЦИЯ, КОТОРАЯ РЕАЛИЗУЕТСЯ ПОСРЕДСТВОМ УСТНЫХ И ПИСЬМЕННЫХ КОММУНИКАЦИОННЫХ КАНАЛОВ МЕЖДУ СОВРЕМЕННОКАМИ – ЭТО _____ КОММУНИКАЦИЯ

ФУНКЦИЯ СОЦИАЛИЗАЦИИ ДЕЛОВОЙ КОММУНИКАЦИИ ЗАКЛЮЧАЕТСЯ

В

1. объединении деловых партнеров
2. передаче конкретных способов деятельности
3. регламентации поведения и деятельности
4. развитию навыков культуры делового общения

ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ ИНДИВИДОВ В ПРОЦЕССЕ МЕЖЛИЧНОСТНОГО ОБЩЕНИЯ ЭТО _____ ФУНКЦИЯ КОММУНИКАЦИИ

ВИД КОММУНИКАЦИИ, ДЛЯ КОТОРОГО ХАРАКТЕРНО РАСПРОСТРАНЕНИЕ ИНФОРМАЦИИ И ЕЁ ВЛИЯНИЕ НА ОБЩЕСТВО ПОСРЕДСТВОМ ПЕЧАТИ, ТЕЛЕВИДЕНИЯ, РАДИО, КИНО И Т.Д. – это _____ коммуникация

СООБЩЕНИЕ – ЭТО

1. содержание информации и среда
2. содержание информации и личность
3. содержание информации, среда и личность
4. диалог

КОММУНИКАТИВНАЯ ФОРМА ПЕРЕДАЧИ ИНФОРМАЦИИ, СУБЪЕКТЫ ОБЩЕНИЯ КОТОРОЙ ВЗАИМОДЕЙСТВУЮТ И ВЗАИМНО АКТИВНЫ

1. монологическая
2. диалогическая
3. полилогическая
4. социологическая

СФОРМИРОВАТЬ У ПАРТНЕРА ПСИХОЭМОЦИОНАЛЬНЫЙ НАСТРОЙ, ПЕРЕДАТЬ ЧУВСТВА, ПЕРЕЖИВАНИЯ, ПОБУДИТЬ К НЕОБХОДИМОМУ ДЕЙСТВИЮ – ЭТО ЦЕЛЬ _____ КОММУНИКАЦИИ

В ОБМЕНЕ ДЕЙСТВИЯМИ МЕЖДУ ВЗАИМОДЕЙСТВУЮЩИМИ СТОРОНАМИ СОСТОИТ _____ СТОРОНА МЕЖЛИЧНОСТНОЙ КОММУНИКАЦИИ

СОХРАНЯТЬ РИТУАЛЬНЫЕ ТРАДИЦИИ ФИРМЫ, ПРЕДПРИЯТИЯ, СОЗДАВАТЬ НОВЫЕ – ЭТО ЦЕЛЬ _____ КОММУНИКАЦИИ

ВИД КОММУНИКАЦИИ, ДЛЯ КОТОРОГО ХАРАКТЕРНЫ ПРОЦЕСС МЕЖЛИЧНОСТНОГО ВЛИЯНИЯ, СТИМУЛИРОВАНИЯ ГРУППЫ, НАЦЕЛИВАНИЯ ЕЁ НА ВЫПОЛНЕНИЕ ЗАДАЧ – ЭТО _____ КОММУНИКАЦИЯ

ФУНКЦИЯ СОЦИАЛЬНОГО _____ ДЕЛОВОЙ КОММУНИКАЦИИ ЗАКЛЮЧАЕТСЯ В РЕГЛАМЕНТАЦИИ ПОВЕДЕНИЯ И ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

ЛОЗУНГИ И ПРИЗЫВЫ – ЭТО ФОРМА _____ КОММУНИКАЦИИ

РАСШИРИТЬ ИНФОРМАЦИОННЫЙ ФОНД ПАРТНЕРА, ПЕРЕДАТЬ НЕОБХОДИМУЮ ИНФОРМАЦИЮ, ПРОКОММЕНТИРОВАТЬ ИННОВАЦИОННЫЕ СВЕДЕНИЯ – ЭТО ЦЕЛЬ _____ КОММУНИКАЦИИ

СИСТЕМА УСТОЙЧИВЫХ ПРЕДПОЧТЕНИЙ И МОТИВОВ ЛИЧНОСТИ, ОРИЕНТИРУЮЩИХ ДИНАМИКУ ЕЕ РАЗВИТИЯ, ЗАДАЮЩАЯ ГЛАВНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ ЕЕ ПОВЕДЕНИЯ, – ЭТО

1. темперамент
2. характер
3. способности
4. направленность

ОСОБЫЙ ВИД НЕПОСРЕДСТВЕННЫХ ОТНОШЕНИЙ И СВЯЗЕЙ, КОТОРЫЕ СКЛАДЫВАЮТСЯ МЕЖДУ КУЛЬТУРАМИ, А ТАКЖЕ ТЕХ ВЛИЯНИЙ, ВЗАИМНЫХ ИЗМЕНЕНИЙ, ВОЗНИКАЮЩИХ В ЭТОМ ПРОЦЕССЕ – это _____ культур

МЕЖДИСЦИПЛИНАРНОСТЬ - ЭТО

1. компромисс между мнением о необходимости правительственного контроля и поддержкой полной свободы прессы
2. идеологическая платформа любого общественно-политического движения
3. искаженное восприятие окружающего социального мира
4. способ расширения научного мировоззрения, заключающийся в рассмотрении того или иного явления вне рамок какой-либо одной научной дисциплины

ПЕРЕДАЧА ЦЕННОСТЕЙ И НОРМ КУЛЬТУРЫ ОТ ПОКОЛЕНИЯ К ПОКОЛЕНИЮ – ЭТО КУЛЬТУРНОЕ _____

КОМПРОМИСС МЕЖДУ МНЕНИЕМ О НЕОБХОДИМОСТИ ПРАВИТЕЛЬСТВЕННОГО КОНТРОЛЯ И ПОДДЕРЖКОЙ ПОЛНОЙ СВОБОДЫ ПРЕССЫ – ПРИЗНАК ТЕОРИИ

СРЕДСТВА МАССОВОЙ КОММУНИКАЦИИ ДОЛЖНЫ НАХОДИТЬСЯ ПОД КОНТРОЛЕМ ОРГАНИЗАЦИЙ РАБОЧЕГО КЛАССА – ПРЕЖДЕ ВСЕГО КОММУНИСТИЧЕСКОЙ ПАРТИИ – ПРИЗНАК

1. либертарианской теории
2. авторитарной теории
3. теории советских медиа
4. теории социальной ответственности

НА УРОВНЕ СОЦИАЛЬНЫХ РОЛЕЙ И СУБЪЕКТИВНЫХ ФУНКЦИЙ ОСУЩЕСТВЛЯЮТСЯ _____ КОММУНИКАЦИИ

НА УРОВНЕ ДРУЖЕСКИХ ОТНОШЕНИЙ ОСУЩЕСТВЛЯЮТСЯ _____ КОММУНИКАЦИИ

ОПРЕДЕЛЁННЫЙ СПОСОБ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ МЕЖДУ ПАРТНЁРАМИ, В КОТОРОМ ОТОБРАЖАЮТСЯ ЦЕЛИ ЭТОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ И ХАРАКТЕР ВЗАИМООТНОШЕНИЙ МЕЖДУ ПАРТНЁРАМИ – ЭТО _____ КОММУНИКАЦИИ

ИМПЕРАТИВНЫЙ, МАНИПУЛЯТИВНЫЙ, ФОРМАЛЬНЫЙ, ГУМАНИСТИЧЕСКИЙ - _____ КОММУНИКАЦИИ

ИГРОВОЙ, ДЕЛОВОЙ, ДУХОВНЫЙ – ЭТО _____ КОММУНИКАЦИИ

ПРИЗНАНИЕ ПРИОРИТЕТНОСТИ СВОБОДЫ КОММУНИКАЦИИ – ПРИЗНАК

1. либертарианской теории
2. авторитарной теории
3. теории советских медиа
4. теории социальной ответственности

ПРИЗНАНИЕ ПРИОРИТЕТНОСТИ СВОБОДЫ КОММУНИКАЦИИ – ПРИЗНАК
_____ ТЕОРИИ

ОПИСЫВАЮТ, КАКИЕ РОЛИ МЕДИА ДОЛЖНЫ ИГРАТЬ В ИДЕАЛЕ,
_____ ТЕОРИИ МАССОВОЙ КОММУНИКАЦИИ

НЕПРИЯТИЕ КОММЕРЦИАЛИЗАЦИИ И МОНОПОЛИЗАЦИИ ЧАСТНЫХ МЕДИА, А ТАКЖЕ ЦЕНТРАЛИЗАЦИИ И БЮРОКРАТИЗАЦИИ ИНСТИТУТОВ ОБЩЕСТВЕННОГО ВЕЩАНИЯ, СОЗДАНЫХ В СООТВЕТСТВИИ С НОРМАМИ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ – ПРИЗНАК

1. либертарианской теории
2. теории медиа демократического участия
3. теории для медиа развития
4. теории социальной ответственности

ОТСУТСТВИЕ ВСЯКОЙ ПОДЛИННОЙ НЕЗАВИСИМОСТИ ЖУРНАЛИСТОВ И ИХ ПОДЧИНЕНИЕ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ВЛАСТИ – ПРИЗНАК
_____ ТЕОРИИ

СОЦИАЛЬНЫЙ КОНТРОЛЬ ПО Г. СПЕНСЕРУ ДЕРЖИТСЯ НА

СОВОКУПНОСТЬ ВЗГЛЯДОВ, ОЦЕНОК, ЭМОЦИЙ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ ОТНОШЕНИЕ ЧЕЛОВЕКА К МИРУ И К САМОМУ СЕБЕ - ЭТО

ОЦЕНКА ЛИЧНОСТЬЮ САМОЙ СЕБЯ, СВОИХ ВОЗМОЖНОСТЕЙ И КАЧЕСТВ – ЭТО _____

ОБЪЕДИНЕНИЕ ЛЮДЕЙ, СВЯЗАННЫХ ОБЩИМИ ЦЕЛЯМИ, СТРЕМЛЕНИЯМИ, С ОПРЕДЕЛЕННОЙ СТРУКТУРОЙ, ОРГАНАМИ УПРАВЛЕНИЯ – ЭТО _____

ОСОБАЯ ФОРМА КАУЗАЛЬНОЙ АТТРИБУЦИИ, КОГДА ПРЕДПОЛАГАЕТСЯ, ЧТО НЕСЧАСТЬЯ — ЭТО РЕЗУЛЬТАТ ЧЬИХ-ТО СПЛАНИРОВАННЫХ ДЕЙСТВИЙ – атрибуция _____

ВЫСШАЯ ФОРМА НАПРАВЛЕННОСТИ — СИСТЕМА МОТИВОВ ЛИЧНОСТИ, ПОБУЖДАЮЩИХ ЕЕ ПОСТУПАТЬ В СООТВЕТСТВИИ С ЕЕ ВЗГЛЯДАМИ, ПРИНЦИПАМИ, МИРОВОЗЗРЕНИЕМ – ЭТО _____

СОЗНАТЕЛЬНОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ЧЕЛОВЕКОМ СВОЕГО ПОВЕДЕНИЯ И ДЕЯТЕЛЬНОСТИ — ЭТО _____

НАГЛЯДНОСТЬ, НАУЧНОСТЬ, СОЗНАТЕЛЬНОСТЬ И АКТИВНОСТЬ ОТНОСЯТСЯ К _____ ПРИНЦИПАМ

ТЕСТЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ «ПСИХОЛОГИЯ МАССОВЫХ
КОММУНИКАЦИЙ» ПО МОДУЛЮ 2
«ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ЭФФЕКТЫ МАССОВОЙ КОММУНИКАЦИИ»
СПЕЦИАЛЬНОСТИ КЛИНИЧЕСКАЯ ПСИХОЛОГИЯ

ФУНКЦИИ МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ МОЖНО РАЗДЕЛИТЬ НА ТРИ ОСНОВНЫЕ ГРУППЫ, УДОВЛЕТВОРЯЮЩИЕ ПОТРЕБНОСТИ

1. социальных групп и человека как члена группы, общества в целом и человека как члена общества, мирового сообщества
2. человека как микрокосма, социальных групп и человека как члена группы, общества в целом и человека как макрокосма
3. человека как массы, социальных групп и человека как члена группы, общества в целом и человека как члена общества
4. человека как индивида, социальных групп и человека как члена группы, общества в целом и человека как члена общества

МОДЕЛИ _____ ДЕЛЯТСЯ НА МОДЕЛИ, ОПИСЫВАЮЩИЕ РАЗЛИЧНЫЕ КОММУНИКАТИВНЫЕ ПРОЦЕССЫ И ОБЪЯСНЯЮЩИЕ ПОСЛЕДСТВИЯ МЕДИАВОЗДЕЙСТВИЯ

ЛИНЕЙНЫЕ, ИНТЕРАКТИВНЫЕ, ТРАНЗАКТНЫЕ – ЭТО МОДЕЛИ КОММУНИКАЦИИ ОПИСЫВАЮЩИЕ РАЗЛИЧНЫЕ КОММУНИКАТИВНЫЕ _____

МОДЕЛИ ИНДИВИДУАЛЬНОГО И СОЦИАЛЬНОГО ВОЗДЕЙСТВИЙ – ЭТО МОДЕЛИ КОММУНИКАЦИИ, ОБЪЯСНЯЮЩИЕ _____ МЕДИАВОЗДЕЙСТВИЯ

ВЫДЕЛЯЮТ ТРИ ОСНОВНЫЕ ПОТРЕБНОСТИ ЧЕЛОВЕКА, ЗАСТАВЛЯЮЩИЕ ЕГО ОБРАЩАТЬСЯ К СМК:

1. в развлечениях, отвлечении, изоляции
2. в информационной связи с окружающим миром, развлечениях, отвлечении
3. в информационной связи с окружающим миром, развлечениях, включении
4. в отвлечении, изоляции, ассоциации

В НАХОЖДЕНИИ ИНФОРМАЦИИ О СОБЫТИЯХ; УДОВЛЕТВОРЕНИИ ОБЩИХ ИНТЕРЕСОВ И ЛЮБОЗНАТЕЛЬНОСТИ; ОБУЧЕНИИ И САМООБРАЗОВАНИИ; ПОИСКЕ НЕОБХОДИМОЙ ИНФОРМАЦИИ ДЛЯ ПРИНЯТИЯ РЕШЕНИЯ ЗАКЛЮЧАЕТСЯ _____ ФУНКЦИЯ СРЕДСТВ МАССОВОЙ КОММУНИКАЦИИ

СТАБИЛИЗАЦИЯ ИНДИВИДУАЛЬНЫХ ЦЕННОСТЕЙ, ПОЛУЧЕНИЕ СВЕДЕНИЙ О МОДЕЛЯХ ПОВЕДЕНИЯ. ИДЕНТИФИКАЦИЯ С ЦЕННОСТЯМИ ДРУГИХ, ДОСТИЖЕНИЕ ПОНИМАНИЯ САМОГО СЕБЯ. ЭТО - ХАРАКТЕРИСТИКА ТАКОЙ ФУНКЦИИ СРЕДСТВ МАССОВОЙ КОММУНИКАЦИИ, КАК ЛИЧНОСТНАЯ _____

ИНТРАПЕРСОНАЛЬНАЯ, МЕЖЛИЧНОСТНАЯ, ГРУППОВАЯ, МАССОВАЯ - ВИДЫ КОММУНИКАЦИИ ПО ТАКОМУ ПРИЗНАКУ, КАК _____

СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ФУНКЦИИ МАССОВЫХ
КОММУНИКАЦИЙ: СОЦИАЛЬНОЙ ОРИЕНТИРОВКИ, _____
(ПРИНАДЛЕЖНОСТИ К ГРУППЕ), КОНТАКТА, САМОУТВЕРЖДЕНИЯ _____

СОЦИАЛЬНЫЕ ФУНКЦИИ МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ:

1. урегулирование международных и внутригосударственных конфликтов, информационная
2. информационная, социальный контроль, интеграция общества и его саморегуляция
3. формирование общественного мнения, дезориентировочно-воспитательная
4. правоохранительная, интегративная, борьба за мир

СОЦИАЛЬНЫЕ ФУНКЦИИ МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ:

1. идейно-воспитательная, распространения культуры, развлечения
2. функция связи между различными социальными группами, правоохранительная
3. формирование общественного мнения, дезориентировочно-воспитательная
4. урегулирование международных и внутригосударственных конфликтов, информационная

ПОНИМАНИЕ ПОЛОЖЕНИЯ ДРУГОГО, ПЕРЕЖИВАНИЯ; ФОРМИРОВАНИЕ ОСНОВЫ ДЛЯ ДИАЛОГА; ПОМОЩЬ В РЕАЛИЗАЦИИ СОЦИАЛЬНЫХ РОЛЕЙ. ЭТО - ХАРАКТЕРИСТИКА ТАКОЙ ФУНКЦИИ СРЕДСТВ МАССОВОЙ КОММУНИКАЦИИ, КАК _____ И СОЦИАЛЬНОГО ОБЩЕНИЯ

ЭМОЦИОНАЛЬНАЯ РАЗРЯДКА, ЗАПОЛНЕНИЕ СВОБОДНОГО ВРЕМЕНИ, УХОД ОТ ПРОБЛЕМ, ПОЛУЧЕНИЕ ЭСТЕТИЧЕСКОГО НАСЛАЖДЕНИЯ. ЭТО - ХАРАКТЕРИСТИКА ТАКОЙ ФУНКЦИИ СРЕДСТВ МАССОВОЙ КОММУНИКАЦИИ, КАК _____

ЭТА ФУНКЦИЯ ОБЕСПЕЧИВАЕТ ЗНАКОМСТВО СО СПЕЦИФИКОЙ КУЛЬТУРНЫХ ТРАДИЦИЙ, КУЛЬТУРАМИ И СУБКУЛЬТУРАМИ. РАЗВИВАЕТ ЭСТЕТИЧЕСКИЙ ВКУС, СПОСОБСТВУЕТ ВЗАИМОПОНИМАНИЮ, СНЯТИЮ СОЦИАЛЬНОЙ НАПРЯЖЕННОСТИ, В КОНЕЧНОМ СЧЕТЕ, СПОСОБСТВУЕТ ИНТЕГРАЦИИ ОБЩЕСТВА. ЭТО - ХАРАКТЕРИСТИКА ТАКОЙ ФУНКЦИИ СРЕДСТВ МАССОВОЙ КОММУНИКАЦИИ, КАК _____

ИСХОДНАЯ ФАБУЛА СЛУХА СТАНОВИТСЯ ПРИ ЕГО ПЕРЕДАЧЕ ВСЕ КОРОЧЕ. ДАННЫЙ ПРОЦЕСС ПОСТЕПЕННОГО ИСЧЕЗНОВЕНИЯ ТЕХ ДЕТАЛЕЙ, КОТОРЫЕ ДАННОЙ АУДИТОРИИ ПРЕДСТАВЛЯЮТСЯ НЕСУЩЕСТВЕННЫМИ, НАЗЫВАЕТСЯ _____ СЛУХОВ

ТЕРМИН «ПАНИКА» ИМЕЕТ ... ПРОИСХОЖДЕНИЕ

1. римское
2. советское
3. греческое
4. американское

УВЕЛИЧЕНИЕ, РАСШИРЕНИЕ МАСШТАБОВ ТЕХ ДЕТАЛЕЙ, КОТОРЫЕ, ПРЕДСТАВЛЯЮТСЯ ВАЖНЫМИ ИЛИ ВЕСЬМА СУЩЕСТВЕННЫМИ ДЛЯ ТОЙ ИЛИ ИНОЙ КОНКРЕТНОЙ АУДИТОРИИ РАСПРОСТРАНЕНИЯ СЛУХА, А ТАКЖЕ

ДРАМАТИЗАЦИЯ СОПРОВОЖДАЮЩИХ СООБЩЕНИЕ ЭМОЦИЙ НАЗЫВАЕТСЯ _____ СЛУХОВ

ФАБУЛА СЛУХА ВСЕГДА СТИХИЙНО ПРИСПОСАБЛИВАЕТСЯ К ДОМИНИРУЮЩЕЙ В АУДИТОРИИ МОДЕЛИ МИРА, К ЕЕ ОСОБЕННОСТЯМ И ОБЩЕМУ ЭМОЦИОНАЛЬНО-АФФЕКТИВНОМУ ФОНУ ЖИЗНИ ЭТОГО СООБЩЕСТВА. ЭТОТ ПРОЦЕСС ПРИСПОСОБЛЕНИЯ НАЗЫВАЕТСЯ _____

СТЯЖАТЕЛЬСКАЯ, СПАСАЮЩАЯСЯ, ПОВСТАНЧЕСКАЯ, АГРЕССИВНАЯ – ЭТО ВИДЫ _____ ТОЛПЫ

СКОПЛЕНИЕ ЛИЦ, ОБРАЗУЮЩЕЕСЯ НА ОСНОВЕ ЖЕЛАНИЯ ПОЛУЧИТЬ ИНФОРМАЦИЮ О НЕОЖИДАННО ВОЗНИКШЕМ ПРОИСШЕСТВИИ, СВИДЕТЕЛЕМ КОТОРОГО ОНИ СТАЛИ – ЭТО ВИД _____ ТОЛПЫ

МНОЖЕСТВО ЛЮДЕЙ, ДВИЖИМЫХ ГНЕВОМ И ЗЛОБОЙ, СТРЕМЯЩИХСЯ К УНИЧТОЖЕНИЮ, РАЗРУШЕНИЮ, УБИЙСТВАМ – ЭТО _____ ТОЛПА

ТОЛПА, КОТОРАЯ ФОРМИРУЕТСЯ ИЗ ЛЮДЕЙ, СОВМЕСТНО ВЫРАЖАЮЩИХ СИЛЬНЫЕ ЧУВСТВА (РАДОСТИ, ГОРЯ, ГНЕВА, ВОЗМУЩЕНИЕ, ПРОТЕСТ И Т. П., НАЗЫВАЕТСЯ _____ ТОЛПОЙ

ТОЛПА, КОТОРАЯ ФОРМИРУЕТСЯ НА ОСНОВЕ ИНТЕРЕСА К КАКОМУ-ЛИБО ЗАРАНЕЕ ОБЪЯВЛЕННОМУ МАССОВОМУ РАЗВЛЕЧЕНИЮ, ЗРЕЛИЩУ, НАЗЫВАЕТСЯ _____ ТОЛПОЙ

ТОЛПА, КОТОРАЯ ХАРАКТЕРИЗУЕТСЯ РАЗВЯЗЫВАНИЕМ НЕУПОРЯДОЧЕННОГО НЕПОСРЕДСТВЕННОГО КОНФЛИКТА ЗА ОБЛАДАНИЕ КАКИМИ-ЛИБО ЦЕННОСТЯМИ, НАЗЫВАЕТСЯ _____ ТОЛПОЙ

ТОЛПА, КОТОРАЯ ВОЗНИКАЕТ В СОСТОЯНИИ ПАНИКИ ПРИ СПАСЕНИИ ОТ РЕАЛЬНОГО ИЛИ ВООБРАЖАЕМОГО ИСТОЧНИКА ОПАСНОСТИ, НАЗЫВАЕТСЯ _____ ТОЛПОЙ

ТОЛПА, КОТОРАЯ ФОРМИРУЕТСЯ ПОД ВЛИЯНИЕМ НЕСПРАВЕДЛИВЫХ ДЕЙСТВИЙ ВЛАСТЕЙ НА ОСНОВЕ ОБЩЕГО ВОЗМУЩЕНИЯ, НАЗЫВАЕТСЯ _____ ТОЛПОЙ

ТОЛПА, КОТОРАЯ ХАРАКТЕРИЗУЕТСЯ ВЫСШЕЙ СТЕПЕНЬЮ ЭМОЦИОНАЛЬНОГО ВОЗБУЖДЕНИЯ, ОБЪЕДИНЕНА СЛЕПОЙ НЕНАВИСТЬЮ К КОНКРЕТНОМУ ОБЪЕКТУ (ГОСУДАРСТВЕННОМУ ДЕЯТЕЛЮ, РЕЛИГИОЗНОМУ ИЛИ ПОЛИТИЧЕСКОМУ ДВИЖЕНИЮ, УПРАВЛЕНЧЕСКОЙ СТРУКТУРЕ), НАЗЫВАЕТСЯ _____ ТОЛПОЙ

«ЛОЖНУЮ ИЛИ ИСТИННУЮ, ПРОВЕРЕННУЮ ИЛИ НЕ ПОДДАЮЩУЮСЯ ПРОВЕРКЕ (И В ЭТОМ СЛУЧАЕ ОБЫЧНО МАЛОВЕРОЯТНУЮ), НЕПОЛНУЮ, ПРИСТРАСТНУЮ, НО ПРАВДОПОДОБНУЮ ИНФОРМАЦИЮ О ДЕЛАХ, КОТОРЫЕ РАССМАТРИВАЮТСЯ КАК ЛИЧНЫЕ, НО МОГУТ ИМЕТЬ ШИРОКИЙ СОЦИАЛЬНЫЙ РЕЗОНАНС, И ОБ ОБСТОЯТЕЛЬСТВАХ, КАСАЮЩИХСЯ ДОСТАТОЧНО ЗАКРЫТЫХ СТОРОН ЖИЗНИ СРАВНИТЕЛЬНО ЗАМКНУТЫХ, ЭЛИТНЫХ СОЦИАЛЬНЫХ ГРУПП» НАЗЫВАЮТ _____

«КОНТАКТНАЯ ВНЕШНЕ НЕ ОРГАНИЗОВАННАЯ ОБЩНОСТЬ, ОТЛИЧАЮЩАЯСЯ ВЫСОКОЙ СТЕПЕНЬЮ КОНФОРМИЗМА СОСТАВЛЯЮЩИХ ЕЕ ИНДИВИДОВ, ДЕЙСТВУЮЩИХ КРАЙНЕ ЭМОЦИОНАЛЬНО И ЕДИНОДУШНО» НАЗЫВАЕТСЯ _____

К ТИПУ ТОЛПЫ ОТНОСИТСЯ

1. экспрессивная
2. специальная
3. латентная
4. профессиональная

СТИХИЙНАЯ И ВЕДОМАЯ – ЭТО ВИДЫ ТОЛП ПО ТАКОМУ ПРИЗНАКУ, КАК _____

ВИДЫ ТОЛП ПО УРОВНЮ АКТИВНОСТИ:

1. стихийная и ведомая
2. активная и пассивная
3. латентная и агрессивная
4. эмоциональная и пассивная

ОККАЗИОНАЛЬНАЯ, ЭКСПРЕССИВНАЯ, КОНВЕНЦИОНАЛЬНАЯ, ДЕЙСТВУЮЩАЯ – ЭТО ВИДЫ ТОЛП ПО ХАРАКТЕРУ _____ ЛЮДЕЙ

ОККАЗИОНАЛЬНАЯ, ЭКСПРЕССИВНАЯ, КОНВЕНЦИОНАЛЬНАЯ, ДЕЙСТВУЮЩАЯ – ВИДЫ ТОЛП, ВЫДЕЛЕННЫЕ ПО ПРИЗНАКУ «ХАРАКТЕР _____ ЛЮДЕЙ»

АКТИВНАЯ И ПАССИВНАЯ - ВИДЫ ТОЛП, ВЫДЕЛЕННЫЕ ПО ПРИЗНАКУ

1. характер поведения людей
2. причина формирования
3. управляемости
4. уровень активности

СТИХИЙНАЯ И ВЕДОМАЯ - ВИДЫ ТОЛП, ВЫДЕЛЕННЫЕ ПО ПРИЗНАКУ

1. характер поведения людей
2. причина формирования
3. управляемости
4. уровень активности

ПСИХОЛОГИЧЕСКОЕ СОСТОЯНИЕ ПРЕДРАСПОЛОЖЕННОСТИ СУБЪЕКТА К ОПРЕДЕЛЕННОЙ АКТИВНОСТИ В ОПРЕДЕЛЕННОЙ СИТУАЦИИ НАЗЫВАЕТСЯ _____

АВТОРОМ ТЕРМИНА «СТЕРЕОТИП» ЯВЛЯЛСЯ _____

СЛУХИ, НЕ ПРОСТО ВЫЗЫВАЮЩИЕ ВЫРАЖЕННЫЕ ЭМОЦИОНАЛЬНО НЕГАТИВНЫЕ НАСТРОЕНИЯ И СОСТОЯНИЯ, А КОНКРЕТНО НАПРАВЛЕННЫЕ НА СТИМУЛИРОВАНИЕ АГРЕССИВНОГО ЭМОЦИОНАЛЬНОГО СОСТОЯНИЯ И ВПОЛНЕ ОПРЕДЕЛЕННОГО ПОВЕДЕНЧЕСКОГО «ОТВЕТА», ЖЕСТКОГО АГРЕССИВНОГО ДЕЙСТВИЯ НАЗЫВАЮТСЯ _____

ВИДЫ СЛУХОВ

1. агрессивные, субъективные слухи, слухи-пугало
2. слухи-желания, агрессивные, субъективные слухи
3. агрессивные, слухи-пугало, слухи-желания
4. суждения, слухи-пугало, панические

ТЕРМИНЫ «СГЛАЖИВАНИЕ», «ЗАОСТРЕНИЕ» И «АДАПТАЦИЯ» ОПИСЫВАЮТ _____ СЛУХОВ

К ОСОБЕННОСТЯМ ЦИРКУЛЯЦИИ СЛУХОВ ОТНОСЯТ

1. адаптацию
2. активацию
3. авторизацию
4. дезактивацию

К ОСОБЕННОСТЯМ ЦИРКУЛЯЦИИ СЛУХОВ ОТНОСЯТ

1. активацию
2. авторизацию
3. экспрессию
4. сглаживание

К ОСОБЕННОСТЯМ ЦИРКУЛЯЦИИ СЛУХОВ ОТНОСЯТ

1. пропаганду
2. заострение
3. авторизацию
4. дезактивацию

МЕТОДЫ АКТИВИЗАЦИИ ТВОРЧЕСКОГО МЫШЛЕНИЯ ЖУРНАЛИСТА ВКЛЮЧАЮТ МЕТОДЫ

1. ассоциаций, «мозговой штурм», измененные состояния сознания,
2. записной книжки, аналогий, диссоциаций
3. записной книжки, аналогий, ассоциаций, «мозговой штурм»
4. аналогий, ассоциаций, суггестивный

ОДНОЙ ИЗ ОСОБЕННОСТЕЙ ОБЩЕНИЯ В УСЛОВИЯХ МАССОВОЙ КОММУНИКАЦИИ ЯВЛЯЕТСЯ

1. непосредственность общения
2. опосредованность
3. свобода
4. масштаб

ДЛЯ ОБЩЕНИЯ В УСЛОВИЯХ МАССОВОЙ КОММУНИКАЦИИ ХАРАКТЕРНА ТАКАЯ ОБРАТНАЯ СВЯЗЬ, КАК

1. отсроченная
2. прямая
3. косвенная
4. латентная

ДЛЯ ОБЩЕНИЯ В УСЛОВИЯХ МАССОВОЙ КОММУНИКАЦИИ ХАРАКТЕРНА...

1. массовость субъектов общения
2. единичность субъектов общения

3. отсутствие направленности общения
4. отсутствие объектов общения

ВИДЫ ВНИМАНИЯ

1. глубокое, произвольное, произвольное
2. произвольное, послепроизвольное, поверхностное
3. оперативное, произвольное, произвольное
4. произвольное, произвольное, послепроизвольное

НЕПРОИЗВОЛЬНОЕ, ПРОИЗВОЛЬНОЕ, ПОСЛЕПРОИЗВОЛЬНОЕ – ЭТО ВИДЫ

ПСИХОЛОГИЧЕСКАЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬ МАССОВОЙ КОММУНИКАЦИИ, ЭТО, В ПЕРВУЮ ОЧЕРЕДЬ, _____ ХАРАКТЕРИСТИКАМИ ОБЩЕНИЯ

НАИБОЛЕЕ ТОЧНЫМ ОПРЕДЕЛЕНИЕМ ПРЕДМЕТА ПСИХОЛОГИИ МАССОВОЙ КОММУНИКАЦИИ ЯВЛЯЕТСЯ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ: ОПОСРЕДОВАННОЕ _____ С ПОМОЩЬЮ ТЕХНИЧЕСКИХ СРЕДСТВ

СТРУКТУРА ЛИЧНОСТИ КАК БАЗА ВОСПРИЯТИЯ И ОБРАБОТКИ ИНФОРМАЦИИ И ЕСТЬ ГЛАВНЫЙ _____ НА ПУТИ ВЛИЯНИЯ МАССОВОЙ КОММУНИКАЦИИ

СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ МЕХАНИЗМЫ ВОСПРИЯТИЯ КОММУНИКАТОРА: ИДЕНТИФИКАЦИЯ, ЭМПАТИЯ И _____

ОСНОВНЫЕ МЕТОДЫ ПСИХОЛОГИЧЕСКОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ В МАССОВОЙ КОММУНИКАЦИИ – ЭТО УБЕЖДЕНИЕ, ВНУШЕНИЕ, ЗАРАЖЕНИЕ И

ПРИЕМЫ МАНИПУЛИРОВАНИЯ ОБЩЕСТВЕННЫМ СОЗНАНИЕМ В МАССОВОЙ КОММУНИКАЦИИ: УТАИВАНИЕ ИНФОРМАЦИИ, СМЕЩЕНИЕ АКЦЕНТОВ, _____ ИНФОРМАЦИИ

ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ МАССОВОЙ КОММУНИКАЦИИ: ОБЩЕНИЕ СОЦИАЛЬНЫХ ГРУПП, _____ ПРЯМОЙ ОБРАТНОЙ СВЯЗИ МЕЖДУ КОММУНИКАТОРОМ И РЕЦИПИЕНТОМ В ПРОЦЕССЕ ОБЩЕНИЯ

СУГГЕСТИВНЫЕ ПСИХОТЕХНОЛОГИИ В МАССОВОЙ КОММУНИКАЦИИ ОСНОВАНЫ НА ИСПОЛЬЗОВАНИИ ФЕНОМЕНА, НАЗЫВАЮЩЕГОСЯ «_____ ДЕЙСТВИЯ»

ЗАДАЧА ОБУЧЕНИЯ АУДИТОРИИ КАК ПОТРЕБИТЕЛЯ ИНФОРМАЦИИ ПОСТАВЛЕНА В ТЕОРЕТИЧЕСКОМ ПОДХОДЕ, ПОЛУЧИВШЕМ НАЗВАНИЕ ТЕОРИИ социального _____

В КАЧЕСТВЕ «ЯКОРЯ» В ВОЗДЕЙСТВИИ МАССОВОЙ КОММУНИКАЦИИ МОГУТ ВЫСТУПАТЬ

1. политика, жесты, звуки
2. слова, жесты, звуки, образы
3. звуки, образы, рефераты
4. жесты, образы, запахи

КОНГРУЭНТНОСТЬ В ОБЩЕНИИ – ЭТО СООТВЕТСТВИЕ ИСТОЧНИКА ИНФОРМАЦИИ И _____ (ПОТРЕБИТЕЛЯ ИНФОРМАЦИИ)

К МЕХАНИЗМАМ МОДЫ ОТНОСЯТ: ВНУШЕНИЕ, _____, ЗАРАЖЕНИЕ

КОММУНИКАТИВНАЯ ЦЕЛЬ ВКЛЮЧАЕТ В СЕБЯ СЛЕДУЮЩИЕ ЭЛЕМЕНТЫ: КОММУНИКАТОР, СООБЩЕНИЕ, _____ И ВЫБОР КАНАЛА, КАНАЛ КОММУНИКАЦИИ, ШУМ, ДЕКОДИРОВАНИЕ, РЕЦИПИЕНТ (АУДИТОРИЯ), ОБРАТНАЯ СВЯЗЬ, ЭФФЕКТЫ КОММУНИКАЦИИ

РОЛЬ _____ КАК УСТОЙЧИВОГО И УПРОЩЕННОГО ОБРАЗА В ПРОЦЕССЕ МАССОВОЙ КОММУНИКАЦИИ ОЦЕНИВАЕТСЯ СИТУАТИВНО

ДЕСЕНСИБИЛИЗАЦИЯ СВЯЗАНА С _____ ЧУВСТВИТЕЛЬНОСТИ К НАСИЛИЮ

ОСНОВНАЯ ИДЕЯ ТЕОРИИ Ч. ОСГУДА: _____ ОСУЩЕСТВЛЯЕТСЯ ПРИ НАЛИЧИИ ОПРЕДЕЛЕННЫХ ЛИЧНОСТНЫХ ОТНОШЕНИЙ, КОТОРЫЕ МОГУТ БЫТЬ ПОСТРОЕНЫ НА СЛЕДУЮЩИХ ПРИНЦИПАХ: НА ЭМОЦИОНАЛЬНЫХ ЧУВСТВАХ, НА ИНТИМНОСТИ И СХОЖЕСТИ, НА НЕПОСРЕДСТВЕННОСТИ И СИМПАТИИ, НА ДОМИНИРОВАНИИ И ПОДЧИНЕННОСТИ

ПОНЯТИЕ «ТОЧКИ ЛЖИ» ЯВЛЯЕТСЯ ЭЛЕМЕНТОМ МОДЕЛИ _____

ОСНОВНЫЕ ПОДХОДЫ К АНАЛИЗУ МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ

1. социологический, общепсихологический, лингвистический, социально-психологический
2. социально-психологический, релятивный, политологический, социометрический
3. общепсихологический, лингвистический, коррекционный, социально-психологический
4. лингвистический, социально-психологический, релятивный, социометрический

ОТОБРАЖЕНИЕ В ДУХОВНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ЛЮДЕЙ ИНТЕРЕСОВ, ПРЕДСТАВЛЕНИЙ РАЗЛИЧНЫХ СОЦИАЛЬНЫХ ГРУПП, КЛАССОВ, НАЦИЙ, ОБЩЕСТВА В ЦЕЛОМ – ЭТО _____

МОДЕЛЬ СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ, ДЛЯ КОТОРОЙ ХАРАКТЕРНО РАССМАТРИВАТЬ ПРОЦЕСС КОММУНИКАЦИИ КАК ОДНОНАПРАВЛЕННЫЙ ПРОЦЕСС, ОСНОВНАЯ ЦЕЛЬ КОТОРОГО НЕ СЛУШАНИЕ, А ГОВОРЕНИЕ, НАЗЫВАЕТСЯ _____ ПО СВЯЗЯМ С ПРЕССОЙ

АВТОРОМ ИДЕИ ОБ ИЕРАРХИИ ПОТРЕБНОСТЕЙ, ПОЗВОЛЯЮЩЕЙ ПОНЯТЬ ПРИРОДУ МОТИВАЦИИ ПОВЕДЕНИЯ ЧЕЛОВЕКА И ОБЪЯСНЯЮЩЕЙ ИЗМЕНЕНИЕ УСТАНОВОК, ЯВЛЯЕТСЯ _____

АВТОРОМ МОДЕЛИ ПСИХОТЕРАПЕВТИЧЕСКОЙ КОММУНИКАЦИИ ЯВЛЯЕТСЯ _____

МОДЕЛЬ СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ, ДЛЯ КОТОРОЙ ХАРАКТЕРНО РАССМАТРИВАТЬ КОММУНИКАЦИЮ КАК ОДНОНАПРАВЛЕННЫЙ ПРОЦЕСС, НО ПРЕДПОЛАГАЕТСЯ, ЧТО СМИ БУДУТ ПОЛУЧАТЬ И РАСПРОСТРАНЯТЬ ТОЛЬКО ПРАВДИВУЮ ИНФОРМАЦИЮ, ЧТО СПОСОБСТВОВАЛО БЫ ФОРМИРОВАНИЮ ПОЛОЖИТЕЛЬНОГО ПАБЛИСИТИ

1. агентство по связям с прессой
2. общественно значимая информация
3. двусторонняя асимметрия
4. двусторонняя симметрия

МОДЕЛЬ, ОТРАЖАЮЩАЯ МОМЕНТ АДАПТАЦИИ (ВОСПРИЯТИЯ) ИЛИ ОТТОРЖЕНИЯ ИНФОРМАЦИОННЫХ СООБЩЕНИЙ ОБЩЕСТВОМ – ЭТО МОДЕЛЬ «ИННОВАЦИОННОЙ _____»

В ОСНОВЕ ЭТОЙ МОДЕЛИ ЛЕЖИТ ПРЕДСТАВЛЕНИЕ ВЕРБАЛЬНОГО ВИДА КОММУНИКАЦИИ В ВИДЕ ФАКТОРОВ, СООТВЕТСТВУЮЩИХ ОПРЕДЕЛЕННЫМ ЯЗЫКОВЫМ ФУНКЦИЯМ. АВТОР МОДЕЛИ - _____

МОДЕЛЬ _____ КОММУНИКАЦИИ – МОДЕЛЬ Ф. ЕЕМЕРЕНА И Р. ПРОТЕНДОРСТА

МОДЕЛЬ, ПОЗВОЛЯЮЩАЯ БОЛЕЕ ЧЕТКО ОРИЕНТИРОВАТЬСЯ В РАЗЛИЧНЫХ СИСТЕМАХ ЦЕННОСТЕЙ, ОТБИРАТЬ СООБЩЕНИЯ, ИНТЕРЕСНЫЕ АУДИТОРИИ, ПРОГНОЗИРОВАТЬ ИХ ВОСПРИЯТИЕ – ЭТО МОДЕЛЬ _____

ВИД КОММУНИКАЦИОННО-МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, ОТЛИЧАЮЩИЙСЯ ОСОБЫМ СИНЕРГЕТИЧЕСКИМ ЭФФЕКТОМ, ВОЗНИКАЮЩИМ ВСЛЕДСТВИЕ ОПТИМАЛЬНОГО СОЧЕТАНИЯ РЕКЛАМЫ, ДИРЕКТ-МАРКЕТИНГА, СТИМУЛИРОВАНИЯ СБЫТА, PR И ДРУГИХ КОММУНИКАЦИОННЫХ СРЕДСТВ И ПРИЕМОВ И ИНТЕГРАЦИИ ВСЕХ ОТДЕЛЬНЫХ СООБЩЕНИЙ - ЭТО _____ МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ

ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА СТРУКТУРУ ИНТЕГРИРОВАННОЙ СИСТЕМЫ МАРКЕТИНГОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ РЕГИОНА

1. состояние политической среды и потребительской корзины
2. традиции, сложившиеся в коммуникационной политике, состояние потребительской аудитории
3. состояние конкурентной среды
4. степень развития инфраструктуры

ТИП ИМК-СООБЩЕНИЙ, К КОТОРОМУ МОЖНО ОТНЕСТИ РАССЛЕДОВАНИЯ РЕПОРТЕРОВ – _____ СООБЩЕНИЕ

СООБЩЕНИЯ, ЦЕЛЕНАПРАВЛЕННО ФОРМИРУЕМЫЕ ОРГАНИЗАЦИЕЙ – ЭТО _____ СООБЩЕНИЯ

ГРУППЫ, КОТОРЫЕ ОТНОСЯТСЯ К ВНЕШНЕЙ ОБЩЕСТВЕННОСТИ

1. поставщики
2. совет директоров
3. члены совета

4. учредители

ЛЮДИ, НЕ ОКАЗЫВАЮЩИЕСЯ В ПРОБЛЕМНОЙ СИТУАЦИИ, НЕ ВТЯНУТЫЕ В НЕЕ, ЛИБО ТЕ, НА КОГО НЕ ВОЗДЕЙСТВУЮТ ОРГАНИЗАЦИЯ ИЛИ ДРУГИЕ ЛЮДИ – ОБОЗНАЧАЮТСЯ ТЕРМИНОМ

ПРЕССА - ГРУППЫ, КОТОРЫЕ ОТНОСЯТСЯ К _____
ОБЩЕСТВЕННОСТИ

ПОДХОД, ПРИ КОТОРОМ ВНИМАНИЕ ОБРАЩАЕТСЯ НА ОФИЦИАЛЬНОЕ ПОЛОЖЕНИЕ ИНДИВИДА, А НЕ НА АТРИБУТИКУ ЕГО ИНДИВИДУАЛЬНОСТИ – ЭТО ОПРЕДЕЛЕНИЕ ЦЕЛЕВЫХ ГРУПП ОБЩЕСТВЕННОСТИ С УЧЕТОМ ИХ _____

СОВЕТ ДИРЕКТОРОВ – ЭТО ГРУППА, ОТНОСЯЩАЯСЯ К _____
ОБЩЕСТВЕННОСТИ

ПОДХОД, ПРИ КОТОРОМ ВО ВНИМАНИЕ ПРИНИМАЮТСЯ ЛЮДИ, НЕ ОБЯЗАТЕЛЬНО НАХОДЯЩИЕСЯ НА ВЕРШИНЕ ПИРАМИДЫ ВЛАСТИ, ОДНАКО ОКАЗЫВАЮЩИЕ СУЩЕСТВЕННОЕ, ВНЕШНЕ НЕЗАМЕТНОЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЕ И ПОЛИТИЧЕСКОЕ ВЛИЯНИЕ НА МНЕНИЯ И РЕШЕНИЯ ДРУГИХ – ЭТО ОПРЕДЕЛЕНИЕ ЦЕЛЕВЫХ ГРУПП ОБЩЕСТВЕННОСТИ С УЧЕТОМ

1. скрытой власти
2. репутации
3. статуса
4. членства

ГРУППА ЛЮДЕЙ, ПРИ ОПРЕДЕЛЕННЫХ ОБСТОЯТЕЛЬСТВАХ СПЛОТИВШАЯСЯ ВОКРУГ КОНКРЕТНЫХ ОБЩИХ ИНТЕРЕСОВ ИЛИ ПЕРЕЖИВАНИЙ – ЭТО _____

ЛЮДИ, ОСОЗНАВШИЕ, ЧТО НА НИХ ОПРЕДЕЛЕННЫМ ОБРАЗОМ ВЛИЯЕТ ПРОБЛЕМНАЯ СИТУАЦИЯ, ЛИБО ОНИ ВМЕСТЕ ВТЯНУТЫ В НЕЕ, НО ЕЩЕ НЕ ОБМЕНИВАЛИСЬ МНЕНИЯМИ (НЕ ОБЩАЛИСЬ) МЕЖДУ СОБОЙ ПО ЭТОМУ ПОВОДУ – ЭТО _____ ОБЩЕСТВЕННОСТЬ

ПОДХОД, ПРИ КОТОРОМ УЧИТЫВАЕТСЯ МЕСТО ЧЕЛОВЕКА В ОФИЦИАЛЬНОМ ШТАТНОМ РАСПИСАНИИ, СПИСКЕ, ЕГО ПАРТИЙНАЯ ПРИНАДЛЕЖНОСТЬ КАК ПОКАЗАТЕЛИ ПРИЧАСТНОСТИ К КОНКРЕТНОЙ ПРОБЛЕМНОЙ СИТУАЦИИ – ЭТО ОПРЕДЕЛЕНИЕ ЦЕЛЕВЫХ ГРУПП ОБЩЕСТВЕННОСТИ С УЧЕТОМ ИХ _____

ЛЮДИ, ОСОЗНАВШИЕ ПРОБЛЕМНУЮ СИТУАЦИЮ И НАЧАВШИЕ АКТИВНО ОБЩАТЬСЯ И ОРГАНИЗОВЫВАТЬСЯ ДЛЯ ОВЛАДЕНИЯ ДАННОЙ СИТУАЦИЕЙ – ЭТО _____ ОБЩЕСТВЕННОСТЬ

ПОДХОД, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЙ «ОСВЕДОМЛЕННЫХ» И «ВЛИЯТЕЛЬНЫХ» ИНДИВИДОВ, ИСХОДЯ ИЗ СООБРАЖЕНИЙ И МНЕНИЙ О НИХ ДРУГИХ ЛЮДЕЙ – ЭТО ОПРЕДЕЛЕНИЕ ЦЕЛЕВЫХ ГРУПП ОБЩЕСТВЕННОСТИ С УЧЕТОМ ИХ _____

ПРОЦЕСС ДВУСТОРОННЕГО ОБМЕНА ИНФОРМАЦИЕЙ МЕЖДУ ОТПРАВИТЕЛЕМ И ПОЛУЧАТЕЛЕМ, ВЕДУЩИЙ К ВЗАИМНОМУ ПОНИМАНИЮ ЕЕ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОГО И ЭМОЦИОНАЛЬНОГО СОДЕРЖАНИЯ, — ЭТО _____

МОДЕЛИ КОММУНИКАЦИИ, КОТОРЫЕ ПРЕДСТАВЛЯЮТ КОММУНИКАЦИЮ КАК ПРОЦЕСС ФОРМУЛИРОВКИ, ВЗАИМООБМЕНА И ИНТЕРПРЕТАЦИИ СООБЩЕНИЙ И В КОТОРЫХ УЧАСТНИКИ ВЫПОЛНЯЮТ ОДНИ И ТЕ ЖЕ ФУНКЦИИ, НАЗЫВАЮТСЯ _____

КОММУНИКАЦИЯ, КОТОРАЯ ПРОИСХОДИТ, ЕСЛИ СООБЩЕНИЕ ПОЛУЧАЮТ ИЛИ ИСПОЛЬЗУЮТ БОЛЬШОЕ КОЛИЧЕСТВО ЛЮДЕЙ, ЗАЧАСТУЮ ОБЪЕДИНЕННЫХ В РАЗЛИЧНЫЕ ПО СВОИМ ИНТЕРЕСАМ И КОММУНИКАТИВНОМУ ОПЫТУ ГРУППЫ, НАЗЫВАЕТСЯ _____

ПОНЯТИЕ «МАССОВАЯ КОММУНИКАЦИЯ» ПОЯВИЛОСЬ

1. 40-х гг. XX в. во Франции
2. 60-х гг. XX в. в СССР
3. 20-х гг. XX в. в США
4. 80-х гг. XX в. в Германии

ФУНКЦИЯ МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ, СОСТОЯЩАЯ В ПОДДЕРЖАНИИ УРОВНЯ ОСВЕДОМЛЕННОСТИ МАССОВОЙ АУДИТОРИИ О ПРОИСХОДЯЩИХ В ОБЩЕСТВЕ СОБЫТИЯХ ПОСРЕДСТВОМ НАБЛЮДЕНИЯ ЗА ВНЕШНЕЙ СРЕДОЙ, НАЗЫВАЕТСЯ _____

ФУНКЦИЯ МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ, СОСТОЯЩАЯ В РАЗВЛЕЧЕНИИ, ПОЛУЧЕНИИ РАДОСТИ И УДОВОЛЬСТВИЯ, НАЗЫВАЕТСЯ _____

ФУНКЦИЯ МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ, СОСТОЯЩАЯ В РАЗВЛЕЧЕНИИ, ПОЛУЧЕНИИ РАДОСТИ И УДОВОЛЬСТВИЯ, — ЭТО _____ ФУНКЦИЯ

СРЕДСТВА МАССОВОЙ КОММУНИКАЦИИ В СОВРЕМЕННОМ ОБЩЕСТВЕ ВЫПОЛНЯЮТ ФУНКЦИЮ _____ ВЕТВИ ВЛАСТИ

ДЛЯ ЧЕЛОВЕКА В МАССЕ ХАРАКТЕРНО

1. понижение эмоциональности восприятия всего, что происходит вокруг, рост критичности мышления, ощущение беспомощности
2. ощущение собственной анонимности и всемогущества, понижение эмоциональности восприятия всего, что происходит вокруг
3. повышение эмоциональности восприятия всего, что происходит вокруг, рост критичности мышления
4. повышение эмоциональности восприятия всего, что происходит вокруг, снижение критичности мышления, ощущение собственной анонимности и всемогущества

ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ КОММУНИКАЦИИ, ПЕРЦЕПЦИИ И ИНТЕРАКЦИИ, ВОЗНИКАЮЩИЕ МЕЖДУ СРЕДСТВАМИ МАССОВОЙ КОММУНИКАЦИИ И МАССОВОЙ АУДИТОРИЕЙ, ЯВЛЯЮТСЯ ПРЕДМЕТОМ ПСИХОЛОГИИ _____

Критерии оценки

Критерии оценки: для получения оценки «5» требуется правильно ответить 86-100% вопросов в варианте, оценки «4» – 71-85%, оценки «3» – 51-70%. При количестве правильных ответов менее 50% выставляется оценка «2».

3.3. ПЕРЕЧЕНЬ СИТУАЦИОННЫХ ЗАДАЧ

Модуль 1.

Ситуационная задача 1

Газета «Комсомольская правда» в рубрике «Люди, которые нас удивили» в ноябре 2006 года поместила заметку: «Мэр Москвы нашел способ борьбы с пробками. Открывая очередную транспортную развязку, он сказал, что вынесет на обсуждение правительства города идею распорядка дня столичных чиновников. Теперь они будут работать с 7 утра, что сильно разгрузит улицы в утренние часы».

Проанализируйте, какое влияние могут оказать эти высказывания мэра Москвы на мотивацию и ожидания реципиентов – москвичей, жителей других городов, чиновников.

Ситуационная задача 2

Р. Рейган, искавший социальную базу для неоконсервативной программы в период своего первого президентского марафона, объявил носителями зла в обществе безработных. В то время в американском обществе выработался определенный социальный слой людей, вышедших из потребительской гонки, но живших достаточно обеспеченно. Рейган, обращаясь к избирателям, которым приходилось нести на себе бремя социальных расходов, изобличал тех, кто, пользуясь «общественным пирогом», не участвовал в процессе созидания. Такое поведение противно духу капиталистического общества, где ценность представляют люди инициативные, предприимчивые. Телевидение мгновенно подхватило эту установку. В телеспектаклях стали фигурировать бездельники-безработные, воплощающие собой все пороки. Американские социологи подчеркивали: Америка не может обеспечить себе былую динамичность из-за безработных.

1. *В чем психологическая сущность стереотипа «образ врага»?*
2. *Каков механизм действия стереотипов?*

Ситуационная задача 3

В последние десятилетия такие лицензионные телевизионные проекты/шоу, как «Звезды на льду», «Танцы со звездами», «Две звезды», «Голос», «Голос. Дети» признаются серьезными проектами, развивающими национальную идею и воспитывающими национальную гордость.

1. *Проанализируйте с точки зрения психологии массовой коммуникации, на каких стереотипах массового сознания базируется такое мнение.*
2. *Являются ли они, действительно, национальными проектами?*

Ситуационная задача 4

В газете «Континент Сибирь» в статье «Каждый второй – «ипотечник»» опубликована информация о том, что на вторичном рынке жилья каждый второй-третий покупатель привлекает деньги по ипотечным схемам. Развитие ипотеки «подгоняет» рост цен на недвижимость. В свою очередь повышение цен приводит к тому, что все меньшее число покупателей могут купить квартиру без кредита.

1. *Проанализируйте, на какую аудиторию рассчитана данная статья. Опишите данный тип аудитории, выделите разные критерии.*
2. *Какие чувства она может вызвать у «своей» и «чужой» аудитории?*

Ситуационная задача 5

В еженедельнике «Аргументы и факты» журналисткой была предложена статья о том, как представители лучших мировых модельных агентств из США, Франции, Японии и Тайваня (скауты) проводили кастинг новосибирских девушек. В нем участвовали 120 девушек разного возраста, но многим не исполнилось и 14 лет.

- 1. Проанализируйте, какие психологические функции выполняет этот кастинг для тех, кому нет и 14 лет.*
- 2. Опишите, какие в целом эффекты несет в себе сама процедура участия в показах моды.*

Ситуационная задача 6

Режиссер П. Лунгин свою новую картину «Остров» представляет как фильм о Боге, стыде, грехе, преступлении, о том, как больно быть человеком, но необходимо им быть. Человек, на его взгляд, не создан для того, чтобы жить только ради успеха и денег и проводить все отпущенные ему годы между работой и телевизором.

- 1. Не зная реальной ситуации и рейтинга картины в прокате, попробуйте предположить, насколько актуальной и востребованной является картина «Остров» и почему.*
- 2. Какие архетипы коллективного сознания и стереотипы массового сознания составляют стержень картины?*

Модуль 2

Ситуационная задача 7

На телевизионном канале «Культура» был представлен фильм жанра «документальный цикл» «Жизнь и смерть Достоевского». Основа фильма – дневниковые записи писателя, его жены, архивные записи современников. Сюжет каждой серии включал также рассуждения и анализ автора фильма, а также отрывки из художественных произведений Достоевского. При этом автор говорил быстро, а актер, читающий отрывки из произведений – медленно.

- 1. Проанализируйте, каким образом в данном фильме осуществлялось соотношение эмоционального и логического при обращении к аудитории.*
- 2. Каким образом контраст в произношении текста мог повлиять на зрителей?*

Ситуационная задача 8

Еще 10 лет назад главный санитарный врач страны Г. Онищенко призывал запретить рекламировать жирную, соленую и чрезмерно сладкую пищу. В тоже время и сейчас на телевизионных каналах нередко присутствует реклама, с одной стороны, сладких пищевых продуктов – шоколада, мороженого и т.д., с другой – реклама «моделей», демонстрирующих вместе с одеждой свою стройную фигуру.

- 1. Оцените, какие мотивы покупательского спроса актуализируют разные виды рекламы.*
- 2. На какой сегмент аудитории рассчитана каждая из них и почему?*
- 3. Какие противоречия могут возникнуть?*

Ситуационная задача 9

Доктор Елена Малышева, ведущая телевизионной передачи «Здоровье», в одной из своих программ рассказала о методиках коррекции зрения и «избавления» от очков. При этом Малышева постоянно носит очки до сих пор.

- 1. Какую реакцию может вызвать новый образ врача-телеведущей у зрителей?*
- 2. Проанализируйте возможные «образы» - архетипы ведущей. Может ли архетип быть противоречивым?*

Ситуационная задача 10

Практически все средства массовой информации предоставляли материалы о случаях массовых отравлений россиян спиртосодержащими веществами, произошедших в 1994, 2006, 2016 гг. Нередко СМИ комментировали случившееся, выдвигали предположения о причинах и предлагали свое видение решения проблемы.

- 1. Проанализируйте, какие функции выполняли при этом СМИ.*
- 2. На ваш взгляд, все ли из предложенных Вами функций правомерны выполнять СМИ?*

Ситуационная задача 11

В процессе подготовки к т.н. «черной пятнице» в магазине бытовой техники решено было объявить распродажу со скидками до 70%. Собравшаяся к моменту открытия магазина толпа с криками «Давай! давай! давай!» выломала дверь и ворвалась в здание, напугав нарядных продавцов-консультантов. Возбужденные покупатели в торговых залах вели себя агрессивно, выражая недовольство незначительностью скидок на дорогую технику (разговоры были о больших скидках на весь ассортимент товаров магазина).

- 1. Каковы психологические объяснения такого агрессивного поведения людей?*
- 2. Каковы источники слухов и принципы их циркуляции?*

Ситуационная задача 12

В конце ноября – начале декабря 2009 года Саратов наводнили панические слухи о якобы свирепствующей в городе легочной чуме. На фоне высокой смертности от «свиного гриппа» в областном центре стали циркулировать слухи о сокрытии властями масштабов эпидемии, числе летальных исходов и опасности заболевания. 2 декабря 2009 г. стала курсировать информация о предстоящей дезинфекции с использованием воздушных судов и закрытии выезда из города. Это привело к настоящей панике (пытавшиеся выяснить подробности предстоящих мероприятий и предупредить родственников жители «перегрузили» сети сотовых операторов): улицы Саратова опустели, граждан отпускали с работы, чтобы те успели запастись с водой и забаррикадироваться в квартирах. Большую роль в распространении паники сыграли интернет-форумы информантств и соцсети. Примеры сообщений пользователей интернета: «На ТЭЦ-5 по громкой связи объявили о распылении в городе дезинфицирующего раствора!», «У меня мама врач, действительно умирают люди в очень больших количествах. Насчет опрыскивания не уверена, но то, что в моргах места мало, это точно», «После того, как якобы взорвали поезд, верить, что нас оповестят о какой либо катастрофе – не верю!!!», «Знакомый полковник сказал: к городу стягивают войска», «В Энгельсе готовят к вылету эскадрилью, в 20:00 привезут реактивы».

1. Составьте текст (15-20 предложений) заявления от имени правительства области или администрации Саратова, направленный на пресечение распространения паники и опровергающий распространяющиеся слухи.

2. Охарактеризуйте роль СМИ и форумов в распространении панических слухов.

Ситуационная задача 13

Накануне Хэллоуина 1938 года артисты Mercury Theatre решили поставить в своей часовой радиопрограмме роман Г. Уэллса «Война миров», перенеся его действие в Нью-Джерси. В начале часа один из артистов объявил о начале радиоспектакля, после чего прозвучал прогноз погоды, а затем начался концерт. Вскоре музыку прервало срочное сообщение о том, что в местечке Гроверс-Милл приземлился металлический цилиндр, что глава национальной гвардии Нью-Джерси объявил военное положение и направил четыре соединения национальной гвардии для эвакуации мирных жителей.

В течение часа прозвучали выступления «профессора» о марсианах, некоего государственного секретаря (радиостанция запретила изображать обращение президента Ф. Рузвельта), прерывающиеся помехами экстренные репортажи с «места событий» (где якобы бушевали марсиане, травя газом и огнем все вокруг). Затем «профессор» описал завершение атаки пришельцев, которых погубило отсутствие иммунитета к земным бактериям. В конце часа Уэллс вышел из образа и поздравил слушателей с Хэллоуином.

По сообщениям газет, постановку слушали около 6 миллионов человек, и примерно пятая часть из них приняла её за реальные новостные репортажи. К тому времени как на 40-й минуте появилось напоминание диктора о том, что идет спектакль, многие уже не слушали радио, целые семьи баррикадировались с оружием в подвалах своих домов либо спешно собирали вещи, чтобы уехать на запад. Телефоны в тот вечер были перегружены в 5 раз, пробки из Нью-Йорка, Трентона и Филадельфии растянулись почти на 100 км.

1. Каковы были основные причины возникновения и развития паники в данной ситуации?

2. Какие способы прекратить массовую панику вы знаете?

Ситуационная задача 14

3 ноября 2004 г. проводились учения на Балаковской АЭС. В ночь на 4 ноября в 1:23 энергоблок № 2 был остановлен действием аварийной защиты реактора, обнаружена течь трубопровода парогенератора № 4. Информация об «учениях» и «аварии» мгновенно сливаются воедино и выходят за пределы АЭС. В Балаково начинается паника, есть слухи о том, что администрация и богатые люди покидают город, в районе крестьяне не выгоняют скот, население скупает йод и водку.

Только к 17:00 4 ноября центр общественной информации Балаковской АЭС пишет статью о текущем ремонте трубопровода. Никто в Балаково в это не верит, и все решают, что если «опровергают, значит, что-то серьезное». Тем временем в Интернете появляется сайт aesbalakovo.narod.ru, «созданный группой независимых журналистов в кратчайшие сроки — несколько часов». На нем говорится, что в Балаково произошла катастрофа, четверо рабочих погибли, а радиоактивное облако на данный момент движется в сторону Самары.

5 ноября в утренних выпусках новостей появляется информация об инциденте в Балаково. С визитом на АЭС вылетает Сергей Кириенко, представитель президента в Приволжском федеральном округе, но это только косвенно подтверждает серьезность угрозы. Паника доходит до Самары. Ситуация здесь разворачивается так же, как и в соседних областях. В некоторых детских садах и школах детей отпускают домой. К полудню йода нет уже ни в одной аптеке, но очереди не рассасываются. По факту распространения информации о взрыве на АЭС прокуратура возбуждает уголовное дело

по статье «Заведомо ложное сообщение об акте терроризма». Вскоре ФСБ находит создателя сайта aesbalako-vo.narod.ru. Это самарец Сергей У., сотрудник фирмы «Лаборатория информационных систем». Он сожалеет о неудачной шутке и признается в том, что не подумал о последствиях.

В Саратове по сообщению главного врача Татьяны Головковой, обследование воздуха и воды дало следующий результат: радиационный фон - 10,5 мкр/час (допустимая норма - 20 мкр/час). При этом такие замеры санэпиднадзор делает по несколько раз в день, независимо от ситуации на БАЭС. Министр ГО и ЧС области Александр Рабаданов выехал в Балаково, сделав до этого официальное заявление в эфире ГТРК "Саратов" в связи с аварией на БАЭС, в котором пояснил ситуацию, уточнив, что никакого выброса радиоактивных веществ не было, и атомная станция сейчас работает в нормальном режиме.

1. *Объясните механизм распространения слухов.*
2. *Как вы считаете, если бы в 2004 г. были широко распространены/доступны социальные сети, это помогло бы предотвратить распространение слухов или усугубило ситуацию?*

Ситуационная задача 15

В течение 18 лет в еженедельной телевизионной передаче «Пока все дома» в рубрике «ОчУмелые ручки» зрителям предлагались различные технические совершенствования.

1. *Оцените, является ли такой прием одним из методов активизации зрителей.*
2. *Опишите, на соотношении каких психологических приемов построена эта передача.*