

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Косенок Сергей Михайлович
Должность: ректор
Дата подписания: 18.06.2024 07:21:39
Уникальный программный ключ:
e3a68f3eaa1c62674b54f4998099d3d6bdfcf836

Оценочные материалы для промежуточной аттестации по дисциплине:

Инфотейнмент приемы и тактики, 7 семестр

Код, направление подготовки	42.03.05 Медиакоммуникации
Направленность (профиль)	Медиакоммуникации
Форма обучения	Очная
Кафедра разработчик	Режиссуры
Выпускающая кафедра	Режиссуры

Типовые задания для контрольной работы

1. Понятие инфотейнмента.
2. Стили развлекательной коммуникации.
3. Телевизионные жанры.
4. Эмоциональное состояние зрителя.
5. Инфотейнмент как эвристический процесс.
6. Модификация игровой деятельности.
7. Технологии привлечения и удержания внимания.
8. Информация и ее влияние на человека в различных культурно-исторических условиях.
9. Социальное влияние и убеждение.
10. Проблемы социального влияния.
11. Концепции социальных атомизаторов.
12. Ресурсы социального влияния.
13. Язык как знаковая система.
14. Невербальные ресурсы социального влияния.
15. Система распределения собственности СМИ.
16. Конгломерация СМИ.
17. Мировые медийные конгломерации.
18. Технологии убеждения.
19. Поведенческие подходы к убеждению.
20. Когнитивные подходы к убеждению.
21. Логико-риторические подходы к убеждению.
22. Типы убеждающих воздействий.
23. Исследования проблемы убеждения.
24. Психологические манипуляции.
25. Нейролингвистическое программирование.
26. Возможности масс-медиа в системе управления общественным мнением и манипуляциями.
27. Формы массового информационно-психологического воздействия.
28. Медийные технологии информационной манипуляции.
29. Технологии дезинформации и обмана.
30. Трансформация информации: сглаживание, заострение, приспособление.

31. Понятие общественного мнения.
32. Уровни общественного сознания.
33. Структура общественного мнения.
34. Информационный фон.
35. Управление общественным мнением.

Вопросы к экзамену

1. Анализ и обобщение подходов к определению понятия «манипуляция».
2. Анализ, систематизация и уточнение основных понятий, описывающих практику открытого и скрытого влияния на людей.
3. Виды и механизмы защит.
4. Влияние открытое и скрытое.
5. Диалогические технологии.
6. Индивид, группа, толпа, масса как адресаты манипулирования.
7. Индикаторы манипуляции.
8. Использование скрытого влияния на людей в различных сферах социального взаимодействия: день сегодняшний.
9. Конформизм, нонконформизм и внеконформизм.
10. Критерии манипуляции.
11. Логические уловки. Использование особенностей мышления человека. Манипулирование рациональными, убеждающими аргументами.
12. Манипулятивные техники в массовых информационных процессах.
13. Манипулятивные техники скрытого получения информации от партнера по общению.
14. Манипуляции в общении руководителя и подчиненного.
15. Манипуляция посредством актуализации или создания ментально-мифологических конструктов и воздействия на архетипы и метапрограммы (Мифологическое манипулирование).
16. Манипуляция посредством актуализации ценностных представлений аудитории (Ценностно-эмоциональное манипулирование)
17. Межличностные и внутриличностные защиты.
18. Место манипуляции в системе человеческих взаимоотношений.
19. Определение понятия “манипуляция”. Анализ отличий манипуляции от других технологий воздействия на сознание и поведение людей.
20. Основания выделения различных групп приемов манипулятивного воздействия в массовых информационных процессах.
21. Основные техники НЛП-воздействия (наведение транса, отражение, пристройки, «якорение», ведение, программирование и др.).
22. Особенности и задачи основных этапов информационно-психологического воздействия манипулятивного характера.
23. Особенности человеческой психики, делающие ее уязвимой для манипуляции.
24. Позиции рассмотрения и особенности анализа психологических манипуляций в массовых информационных процессах.
25. Программное воздействие и манипулирование: общие характеристики и

различия.

26. Психологические портреты манипуляторов.

27. Распознавание манипуляции в деловом общении.

28. Символы в манипуляции.

29. Специфические и неспецифические защиты. Базовые защитные установки. Чувственный и рациональный уровень.

30. Способы манипулятивного воздействия в деловом общении.:

31. Технологии духовного насилия (внушение, гипноз, нейролингвистическое программирование).

32. Технологии информационного насилия (угрозы, шантаж, информационные войны).

33. Убеждающие технологии.

34. Укрепление защитного арсенала.

Задание для показателя оценивания дескриптора «Знает»

Проверяемые образовательные результаты (знания)	Примерные вопросы для контроля в соответствии с уровнем освоения
Знать: - основы проектной деятельности по созданию концепций медиапроектов; - приемы манипуляции в СМИ и способы противодействия манипуляции; - приемы и тактики инфотейнмента.	<ol style="list-style-type: none">1. Понятие инфотейнмента.2. Стили развлекательной коммуникации.3. Телевизионные жанры.4. Эмоциональное состояние зрителя.5. Инфотейнмент как эвристический процесс.6. Модификация игровой деятельности.7. Технологии привлечения и удержания внимания.8. Информация и ее влияние на человека в различных культурно-исторических условиях.9. Социальное влияние и убеждение.10. Проблемы социального влияния.11. Концепции социальных атомизаторов.12. Ресурсы социального влияния.13. Язык как знаковая система.14. Невербальные ресурсы социального влияния.15. Система распределения собственности СМИ.16. Конгломерация СМИ.17. Мировые медийные конгломерации.18. Технологии убеждения.19. Поведенческие подходы к убеждению.20. Когнитивные подходы к убеждению.21. Логико-риторические подходы к убеждению.22. Типы убеждающих воздействий.23. Исследования проблемы убеждения.24. Психологические манипуляции.25. Нейролингвистическое программирование.26. Возможности масс-медиа в системе управления общественным мнением и манипуляциями.27. Формы массового информационно-психологического воздействия.28. Медийные технологии информационной манипуляции.29. Технологии дезинформации и обмана.

	<p>30. Трансформация информации: сглаживание, заострение, приспособление.</p> <p>31. Понятие общественного мнения.</p> <p>32. Уровни общественного сознания.</p> <p>33. Структура общественного мнения.</p> <p>34. Информационный фон.</p> <p>35. Управление общественным мнением.</p> <p>36. Работа над проектом.</p>
--	--

Задание для показателя оценивания дескриптора «Умеет»

Проверяемые образовательные результаты (знания)	Задания для контроля в соответствии с уровнем освоения
<p>Уметь: - создавать концепции медиапроектов с использованием инфотейнмента.</p>	<p>Выполнение проекта по созданию концепции медиаресурса с использованием инфотейнмента.</p>