

ВОПРОСЫ К ЭКЗАМЕНУ

1. Психология массовых коммуникаций как наука. Объект, предмет, задачи.
2. Психоаналитическая теория в понимании психологии массовых коммуникаций (теория З.Фрейда).
3. Особенности интернет-технологий как средства массовой коммуникации, их достоинства и недостатки.
4. Генезис психологии массовых коммуникаций.
5. Аналитическая психология в понимании психологии массовых коммуникаций (теория К.Юнга).
6. Особенности печатных средств массовой коммуникации, выделите их достоинства и недостатки.
7. Методы психологии массовых коммуникаций.
8. Индивидуальная психология и ее возможности в понимании психологии массовых коммуникаций (теория Адлера).
9. Особенности телевидения как средства массовой коммуникации, его достоинства и недостатки.
10. Категории индивид, личность, индивидуальность, субъект в психологии массовых коммуникаций.
11. Поведенческая психология в объяснении психологических особенностей массовых коммуникаций.
12. Проанализируйте особенности массовой коммуникации, организованной с помощью радио, выделите его достоинства и недостатки.
13. Место психологии массовых коммуникаций в системе наук.
14. Основные положения гештальтподхода в объяснении психологии массовых коммуникаций.
15. Назовите приемы оценки эффективности массовой коммуникации.
16. Категория общения как базовое понятие психологии массовых коммуникаций.
17. Когнитивная психологии в объяснении психологии массовых коммуникаций.
18. Психологическая характеристика мотивационной сферы личности при обращении к СМК.
19. Значение общения и его психологические функции.
20. Гуманистический подход в понимании психологии массовых коммуникаций.
21. Мода как массово-коммуникационное явление.
22. Стратегии общения и их психологическая характеристика.
23. Транзактный анализ Э.Берна в объяснении психологии массовых коммуникаций.
24. Роль слухов в массовой коммуникации.
25. Стратегии общения и психологические принципы их успешного осуществления.
26. Уровни моральности в организации массовой коммуникации (теория Л. Колберга).
27. Интерес, как фактор МК. Виды и особенности интересов.
28. Эго-состояния в общении и понятие гибкости в общении.
29. Теория поколений Хоув, Штраус.
30. Психологическое заражение как способ воздействия на аудиторию.
31. Общение как деятельность.
32. Особенности организации массовой коммуникации с учетом особенностей поколений (теория Хоува, Штрауса).

33. Психологические особенности подражания.
34. Интерактивная сторона общения.
35. Индивидуальные личностные особенности эффективного коммуникатора.
36. Методы оценки имиджа (семантический дифференциал Ч. Осгуда, метод репертураных решеток Келли).
37. Перцептивная сторона общения.
38. Психологические особенности эмоционально-волевой сферы эффективного коммуникатора.
39. Модели коммуникации без обратной связи: модель Лассуэлла; модель Шеннона-Уивера.
40. Коммуникативная сторона общения.
41. Психологические особенности когнитивной сферы эффективного коммуникатора.
42. Модели коммуникации с обратной связью: модель У. Шрамма, модель М. Дефлера.
43. Коммуникативные барьеры и их преодоление.
44. Коммуникативные сети и их организация в групповом общении.
45. Виды психологического воздействия: убеждение и внушение.
46. Виды слушания в коммуникационном процессе.
47. Особенности организации коммуникации в зависимости от уровня и стадии развития группы.
48. Роль стереотипов и установок в процессе массовой коммуникации.