Одеський національний університет імені І.І.Мечникова

Кафедра соціальної і прикладної психології

Завдання для самостійної роботи на період КАРАНТИНУ

з дисципліни « Психологічний вплив ЗМІ і реклами»

для студентів 4 курсу денної форми навчання зі спеціальності "Психологія"

Викладач доц. Н. В. Сапригіна

ninavadimovna@ukr.net

+38067 519 41 46

Всім. Виконати письмовий конспект кожної теми приблизно на 5 сторінок середньо щільного почерку. У конспекті вказати позначення основних понять теми і коротко розкрити їх зміст.

Всім. Готуватися до усного опитування та усного викладу зазначених тем після карантину.

Всім. Подивитися один з 2 кінофільмів і проаналізувати його з точки зору зображуваних політичних ситуацій. Готуватися до дискусії за фільмами.

+ Для успішних. Виконати реферат за однією з тем на 4 сторінки (не рахуючи титульного аркуша, змісту і списку використаних джерел 5 назв). У рефераті коротко своїми словами викласти суть теми за допомогою 2х джерел. Показати, в чому відмінність в розумінні теми даними авторами або чим вони доповнюють один одного, і зробити висновок.

 Для успішних. Виконати презентацію з однієї теми (не більше 10 слайдів). Можна працювати удвох по одній презентації.

Завдання 1. Ефекти ЗМІ

1. Ефект бумерангу.

2. Ефект ореолу.

3. Прийом контрасту.

4. Ефект наочності (присутності) «Очевидці» подій.

5. Повторення.

6. Насичення (сатіація, забалакування).

7. Сенсаційність. Шокуюча інформація. Напружене очікування (саспенс).

Література

<http://say-hi.me/marketing/10-rasprostranennyx-metodov-propagandy-i-promyvaniya-mozgov.html>

<http://psyfactor.org/lib/psy-effects.htm>

<http://studme.org/47167/psihologiya/osnovnye_effekty_massovoy_kommunikatsii>

<https://tvkinoradio.ru/article/article10128-priemi-saspens>

<http://knigi.link/svyazi-obschestvennostyu-upravlenie/napryajennoe-ojidanie-34336.html>

Завдання 2. Інформаційні технології та методи впливу в ЗМІ

1. Технологія 25-го кадру (сублімінальний вплив). Перші дослідження; їх сутність. Чому результати були оголошені неспроможними?

2. Замовчування (understatement). Замовчування Чорнобильської аварії 1986 року.

3. Підміна понять як засіб маніпуляції свідомістю. Забалакування.

4. Політкоректність (зміна назв) як замовчування слів, що позначають суттєві проблеми суспільства. Приклади перейменувань, пов'язаних з політикою політкоректності. Важливо! Не плутати з коректністю (= ввічливістю).

Література

Сороченко В. «25-й кадр»: правда и вымыслы (Технологии сублиминального воздействия)

<http://psyfactor.org/k25.htm>

<https://podskazki.info/zamalchivanie/>

С. Кара-Мурза. Манипуляция сознанием (фрагменты из книги) <http://www.xliby.ru/politika/manipuljacija_soznaniem_2/p3.php>

<http://prediger.ru/forum/index.php?showtopic=3068>

Завдання 3. Психологія рекламної діяльності

1. Реклама як комунікація. Рекламний об'єкт і рекламований об'єкт.

2. Людські потреби як мотивація рекламного процесу та їх відображення в рекламі. Потреби в матеріальних цінностях, послугах, самореалізації. Потреба в інформації. Потреба в спілкуванні і соціалізації. Естетичні потреби. Ціннісні і духовні потреби. Потреба в новизні. Потреба в творчості (наведіть приклади відповідної реклами)

3. Види реклами: залежно від носіїв; за способом пред'явлення; по інформаційних каналах; по виявленню адресатом.

4. Законодавства про рекламу. Неналежна реклама (наведіть приклади). Патентовані рекламні позначення: логотипи, слогани. Рекламний бренд.

5. Явна і прихована інформація в рекламі (наведіть приклади)

6. Політична і соціальна реклама.

Література

Лебедев-Любимов А.Н. Психология рекламы <https://www.litmir.me/br/?b=217845>

Зарецкая Е.Н. Психология рекламы <https://psyfactor.org/lib/psyrecl.htm>

Чалдини Р. Как заставить вас сказать «да» <https://psyfactor.org/lib/influence.htm>

Види і засоби реклами. Характеристики, види, класифікація реклами <https://stud.com.ua/22326/marketing/vidi_zasobi_reklami>

Зайцева Н. Эффективность рекламы и особенности рекламной коммуникации <https://psyfactor.org/lib/recl8.htm>

Закон України про рекламу. Особливості рекламування деяких товарів <http://pravoved.in.ua/section-law/138-zuor/1175-glava-003.html>

Логотипи, бренди та слогани на сучасному ринку <https://works.doklad.ru/view/cn1IvAyAy50.html>

Неналежна реклама <http://ua-referat.com>

Что такое ненадлежащая реклама <https://assistentus.ru/vedenie-biznesa/nenadlezhashchaya-reklama/>