

Документ подписан простой электронной подписью  
 Информация о владельце:  
 ФИО: Косенок Сергей Михайлович  
 Должность: ректор  
 Дата подписания: 25.06.2026 14:01:13  
 Уникальный программный ключ:  
 e3a68f3eaa1e62674b54f4998099d3d6bfdfcf836

**Тестовое задание для диагностического тестирования по дисциплине:**

**Психология массовых коммуникаций, СЕМЕСТР 6**

Код, направление подготовки	43.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность (профиль)	Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере
Форма обучения	очная
Кафедра-разработчик	Психологии
Выпускающая кафедра	Психологии

Проверяемая компетенция	Задание	Варианты ответов	Тип сложности вопроса
ОПК-4.1. ОПК-4.2 ОПК-5.1 ОПК-7.1 ОПК-7.2	<b>Выберите один правильный ответ</b> 1. Один из видов социальной коммуникации, при котором информация распространяется диахронно, на уровне всего общества в целом, посредством социальных институтов и масс-медиа; носит тиражируемый, контролируемый, однонаправленный и внеличный характер	1) интерперсональная 2) групповая 3) массовая 4) межличностная 5) межкультурная	низкий
ОПК-4.1. ОПК-4.2 ОПК-5.1 ОПК-7.1 ОПК-7.2	<b>Укажите один правильный ответ</b> 2. Процесс передачи эмоционального состояния одного индивида к другому на психофизическом уровне в ходе зрелищ (футбол, рок-концерт), выступления ораторов – это ...	1) заражение 2) внушение 3) массовая агрессия 4) паника 5) распространение моды	низкий
ОПК-4.1. ОПК-4.2 ОПК-5.1 ОПК-7.1 ОПК-7.2	<b>Укажите один правильный ответ</b> 3. Метод Эдварда де Боно для запуска, управления и переключения мышления при планировании, обсуждении проблем и поиска решений.	1) Ранжирование 2) Интент-анализ 3) Контент-анализ 4) Методика «6 шляп» 5) Семантический дифференциал	низкий
ОПК-4.1. ОПК-4.2 ОПК-5.1 ОПК-7.1 ОПК-7.2	<b>Укажите один правильный ответ</b> 4. Качественно-количественный метод, основанный на биполярных шкалах, позволяющий выявить бессознательные ассоциативные связи между объектами в сознании реципиента – это ...	1) Ранжирование 2) Интент-анализ 3) Контент-анализ 4) Методика «6 шляп» 5) Семантический дифференциал	низкий
ОПК-4.1. ОПК-4.2 ОПК-5.1 ОПК-7.1 ОПК-7.2	<b>Укажите один правильный ответ</b> 5. Качественный метод исследования содержания публичных выступлений, речей, документов, направленный	1) Мониторинг 2) Интент-анализ 3) Контент-анализ 4) Методика «6 шляп» 5) Семантический	низкий

	выявление скрытого подтекста, смысла документа, недоступного при использовании других методов текстового анализа; определение целевой направленности смысла высказывания или текста – это...	дифференциал	
ОПК-4.1. ОПК-4.2 ОПК-5.1 ОПК-7.1 ОПК-7.2	<b>Укажите все правильные ответы</b> 6. В психологии массовых коммуникаций выделяют следующие типы слухов:	1) прогрессивные слухи 2) «слух-пугало» 3) «слух-желание» 4) нелепые слухи 5) агрессивные слухи	средний
ОПК-4.1. ОПК-4.2 ОПК-5.1 ОПК-7.1 ОПК-7.2	<b>Выберите все правильные варианты ответов из предложенных</b> 7. К методам атаки в «черном PR» относятся:	1) метод компромата 2) метод двойных аудиторий 3) метод административного ресурса 4) метод сплетен и слухов 5) метод вспышки	средний
ОПК-4.1. ОПК-4.2 ОПК-5.1 ОПК-7.1 ОПК-7.2	<b>Укажите все правильные ответы</b> 8. К видам атак в «черном PR» относятся:	1) профессиональная информационная атака 2) непрофессиональная информационная атака 3) спонтанная информационная атака 4) спонтанная атака, поддержанная заинтересованными лицами 5) срежессированный скандал 6) задействование селебрити, звезд, амбассадоров	средний
ОПК-4.1. ОПК-4.2 ОПК-5.1 ОПК-7.1 ОПК-7.2	<b>Укажите все правильные ответы</b> 9. Искажение информации, фабрикация фактов, манипулятивная семантика, упрощение, стереотипизация, особый способ подачи информации (повторение, дробление, срочность, сенсационность, отсутствие альтернативных источников информации) являются признаками	1) основных манипулятивных технологий в сфере массовой коммуникации 2) манипуляции в СМИ 3) рекламы в СМИ 4) пропагандой в средствах массовой коммуникации 5) связей с общественностью, PR	средний
ОПК-4.1. ОПК-4.2 ОПК-5.1 ОПК-7.1 ОПК-7.2	<b>Укажите все правильные ответы</b> 10. Такие психологические параметры как сила «я», локализация контроля, адекватность самооценки, податливость групповому давлению, критичность восприятия, уровень критичности мышления, способность к самокритике и самоанализу, уровень образования и воспитания влияют на уровень проявления феномена	1) подражания / внушения / заражения 2) моды 3) манипуляции 4) технологии «окна Овертона» 5) пропаганды	средний
ОПК-4.1. ОПК-4.2 ОПК-5.1 ОПК-7.1	<b>Укажите все неверные ответы</b> 11. В индустрию моды включены восемь следующих элементов ее распространения:	1) автор моды 2) соавтор моды 3) модельное агентство 4) демонстраторы и	средний

ОПК-7.2		<p>первичные распространители моды</p> <p>5) структуры локального распространения моды</p> <p>6) частные ателье и коллекционеры</p> <p>7) средства массового тиражирования</p> <p>8) реклама</p> <p>9) массовая система продаж</p>	
ОПК-4.1. ОПК-4.2 ОПК-5.1 ОПК-7.1 ОПК-7.2	<b>Укажите все правильные ответы</b> 12. Черный PR или деятельность, направленная на ухудшение имиджа одушевленного или неодушевленного объекта, обычно маскируется под борьбу:	<p>1) за право на частную собственность</p> <p>2) за права потребителей</p> <p>3) за честную конкуренцию</p> <p>4) за права человека</p> <p>5) за свободу слова</p>	средний
ОПК-4.1. ОПК-4.2 ОПК-5.1 ОПК-7.1 ОПК-7.2	<b>Укажите все правильные ответы</b> 13. Анализ подачи информации (одной и той же новости) на разных телевизионных каналах происходит по следующим критериям:	<p>1) автор сюжета?</p> <p>2) что произошло?</p> <p>3) что означает данное событие?</p> <p>4) сколько времени шел сюжет?</p> <p>5) номер сюжета в программе</p> <p>6) сколько лайков и комментариев собрал сюжет?</p>	средний
ОПК-4.1. ОПК-4.2 ОПК-5.1 ОПК-7.1 ОПК-7.2	<b>Укажите все правильные ответы</b> 14. Согласно Э. Роджерсу целевая аудитория по степени реактивности делится на пять типов:	<p>1) лидеры мнений</p> <p>2) нонконформисты</p> <p>3) инноваторы</p> <p>4) ранние принимающие (ранние адапторы)</p> <p>5) подражатели</p> <p>6) раннее меньшинство</p> <p>7) позднее меньшинство</p> <p>8) новаторы</p> <p>9) поздние принимающие (поздние адапторы)</p>	средний
ОПК-4.1. ОПК-4.2 ОПК-5.1 ОПК-7.1 ОПК-7.2	<b>Укажите все правильные ответы</b> 15. Основными механизмами пропаганды являются:	<p>1) игнорирование очевидных фактов и доказательств противника</p> <p>2) цензура литературных произведений</p> <p>3) замалчивание и неточное истолкование событий</p> <p>4) искажение противоположных мнений, фальсификация</p> <p>5) информационные «вбросы», «утечка информации»</p> <p>6) частое использование невыгодных сравнений, подкрепленных «объективными фактами», «достоверными секретными материалами», полученными из «компетентных</p>	средний

		источников»	
ОПК-4.1. ОПК-4.2 ОПК-5.1 ОПК-7.1 ОПК-7.2	<b>Установите соответствие</b> 16. Соотнесите виды эмоций и вызывающую их продукцию средств массовой коммуникации:	1) удовольствие, радость 2) страх, тревога А) развлечения Б) фильмы ужасов В) комедии Г) боевики Д) спортивные передачи Е) телеигры Ж) репортажи катастроф, войн	высокий
ОПК-4.1. ОПК-4.2 ОПК-5.1 ОПК-7.1 ОПК-7.2	<b>Укажите все правильные ответы</b> 17. Соотнесите правильно цифры с буквами в проявлении феноменов	1) психологическая защита 2) рекламное воздействие 3) манипуляция общественным мнением А) уход, изгнание, блокировка Б) презентация только выгодных сторон товара / услуги В) смена ритма сообщения, организация искусственных скандалов Г) представление материалов прошлого как настоящих Д) замирание, игнорирование	высокий
ОПК-4.1. ОПК-4.2 ОПК-5.1 ОПК-7.1 ОПК-7.2	<b>Закончите предложение</b> 18. Инструмент тотальной политики, контроль существующей власти за социально-политическими процессами в обществе, а также распространение идеологии для достижения заранее сформулированных правительством целей называется ...		высокий
ОПК-4.1. ОПК-4.2 ОПК-5.1 ОПК-7.1 ОПК-7.2	<b>Выберите правильную комбинацию ответов</b> 19. В ходе использования метода ранжирования рекламы критериями анализа выступают: а) запоминаемость рекламного материала + соотношение цены и качества б) запоминание рекламного материала + желание приобрести товар в) желание приобрести товар + эстетику рекламного сообщения г) внимание и интерес к рекламному сообщению + эмоциональное отношение респондента к ролику д) запоминание торгового материала + юмор в рекламе	1) а, в 2) б, в 3) а, б, в 4) б, г 5) а, б	высокий
ОПК-4.1.	<b>Расположите в правильной</b>	А) радикально	высокий

<p>ОПК-4.2 ОПК-5.1 ОПК-7.1 ОПК-7.2</p>	<p><b>последовательности</b> 20. Технология «Окно Овертона» описывает модель трансформации идей, норм и ценностей в публичном пространстве и массовой информации. Выберите верную логику трансформации идеи.</p>	<p>Б) разумно В) стандартно Г) нелегитимно Д) приемлемо Е) действующая норма</p> <p>1 – А, Б, В, Г, Д, Е 2 – Г, А, Д, Б, В, Е 3 – Г, Д, А, Е, Б, В</p>	
--	--	--	--