



*Контрольні питання  
з навчальної дисципліни*



**Медіавплив**

K a r a z i n M e d i a T o p o s G r o u p 2 0 1 9

**КОНТРОЛЬНІ ПИТАННЯ  
ДЛЯ ПІДГОТОВКИ ДО ІСПИТУ  
З НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ  
«МЕДІАВПЛИВ»**

**Розділ 1. Нові медіа в сучасних політичних процесах**

*Керівник курсу Н. А. Дрозд*

1. Поняття «нові медіа».
2. Нові медіа і влада. Стратегія діджиталізації політики.
3. Нові медіа як інструмент управління сучасними політичними процесами.
4. Моделі мас-медіа. Основні положення демократичної моделі мас-медіа.
5. Еволюція розвитку медіатехнологій. П'ять основних етапів.
6. Діяльність мас-медіа в рамках «чотирьох теорій мас-медіа»: авторитарній, патерналістській, комерційній і демократичній.
7. Мас-медіа і форми власності. Ознаки суспільних медіа.
8. Функції мас-медіа в епоху політичної кризи.
9. Інноваційні медіатехнології як фактор зміни системи політичних комунікацій.
10. Політичні комунікації в соціальних мережах.
11. Блогінг і феномен віртуальної політичної комунікації.
12. Імідж політика в мережі Інтернет.
13. Вплив інноваційних медіатехнологій на процес взаємодії держави та суспільства.
14. Політична реклама і PR в нових медіа.
15. Виборчий процес в епоху нових медіа.
16. Медіатизація політики і політизація нових медіа.
17. Політико-правові основи діяльності журналіста в мережі Інтернет.

**Розділ 2. Медіафейки і фактчекінг**

*Керівник курсу Н. А. Дрозд*

1. Поняття «фейк» і «медіафейк». Типи фейків за формами і методами поширення.
2. Типи фейків у соціальних медіа.
3. «Фактчекінг». Історія виникнення.
4. Ресурси, за допомогою яких здійснюється фактчекінг.
5. Перевірка достовірності фото та відео.
6. Факт і фактоїд. Різниця. Методи розпізнавання.
7. Методи виявлення, оцінки і протидії фейковій інформації.
8. Алгоритм виявлення фейкової інформації.
9. Принципи Міжнародного Кодексу фактчекінгу (The Principal Code).
10. Фактчекінгові медіапартнерства. Приклади.
11. Верифікація контенту в соціальних медіа: методи, засоби, ресурси перевірки фактажу.
12. Боротьба з фейковими новинами за кордоном і в Україні: порівняльний аналіз.
13. Міжнародна мережа фактчекінгу Інституту Пойнтера.
14. Ознаки достовірності інформації.
15. Ознаки маніпулятивності інформації.
16. Український досвід фактчекінгу. Проект Stopfake.

### Розділ 3. Інструменти медіавпливу

*Керівник курсу В. О. Мазур*

1. Канали сприйняття інформації. Визначення ефективності медіавпливу.
2. Інформація нейтральна та інформація, що впливає на людину. Раціональне та емоційне сприйняття інформації.
3. Роль медіа у сучасних виборчих кампаніях. Інструменти медіавпливу та маніпуляції.
4. Фейк, «анонімний авторитет», «буденна розповідь». Суть та приклади наведених форм маніпуляцій.
5. Первинність, ефект присутності, речення, що зрослися. Суть та приклади наведених форм маніпуляцій.
6. Повторення як найважливіша ознака та прийом пропаганди.
7. Класифікатори та підміна. Суть, приклади, прийоми протистояння.
8. «Констатація факту» та «хибна аналогія». Суть та приклади наведених форм маніпуляцій.
9. Емоційний резонанс: психологічні аспекти, ефект фасцинації.
10. Медіасимулякр. Теорія Ж. Бодрійяра.
11. Психологічні аспекти споживання пропаганди. Конспірологія, зливи, вкидання тем.
12. Пошук нових форм реклами. Інформаційний шум та його подолання. Закон Вебера-Фехнера.
13. Позаекономічні аргументи впливу на споживача. Імпліцитна та експліцитна вартість.
14. Роль мистецтва у тоталітарній пропаганді.
15. Фотографія і кінематограф як інструменти медіавпливу.
16. Довіра до джерел інформації.