**Тестові завдання по темі 2 «Формування та функціонування іміджу»**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| № з/п | Запитання | Варіанти відповідей |
| 1. | Сукупність технологій та технік, елементів та операцій, необхідних для професійного формування іміджу об’єкта (людини, предмета, явища); це система, метою функціонування якої, є формування іміджу – це …: | А. Іміджмейкінг;  Б. Іміджологія;  В. Рекреалогія;  Г. Психологія;  Д. Бренд-менеджмент. |
| 2. | Соціально-комунікаційна технологія утворення позитивного чи нейтрального образу фігуранта – це: | А. Іміджмейкінг;  Б. Іміджологія;  В. Трешімідж;  Г. Психологія;  Д. Бренд-менеджмент. |
| 3. | Соціально-комунікаційна технологія формування негативного нецікавого образу фігуранта – це: | А. Іміджмейкінг;  Б. Іміджологія;  В. Трешімідж;  Г. Психологія;  Д. Бренд-менеджмент. |
| 4. | Розповсюдження неправдивої, неперевіреної інформації (через плітки, чутки) – це: | А. Іміджмейкінг;  Б. Іміджологія;  В. Трешімідж;  Г. Конфабуляція;  Д. Бренд-менеджмент. |
| 5. | До системних елементів іміджмейкінгу відносяться: | А. Предмет та об’єкт іміджмейкінгу;  Б. Прототипу іміджу;  В. Іміджмейкер;  Г. Іміджоформувальна інформація;  Д. Всі відповіді правильні. |
| 6. | Імідж об’єкта, що формується (створюється, змінюється) як думка групи людей про образ цього об’єкта – це: | А. Предмет іміджмейкінгу;  Б. Прототипу іміджу;  В. Іміджмейкер;  Г. Іміджоформувальна інформація;  Д. Всі відповіді правильні. |
| 7. | Конкретний суб’єкт, предмет, явище (як прототипи іміджу) та аудиторія іміджу (група людей, на яку спрямований певний імідж й у якої формується або сформувалася певна думка про конкретний об’єкт) – це: | А. Об’єкт іміджмейкінгу;  Б. Прототипу іміджу;  В. Іміджмейкер;  Г. Іміджоформувальна інформація;  Д. Всі відповіді правильні. |
| 8. | Особа, що професійно займається формуванням чи корекцією іміджу людини, предмета чи явища – це: | А. Об’єкт іміджмейкінгу;  Б. Прототипу іміджу;  В. Іміджмейкер;  Г. Іміджоформувальна інформація;  Д. Всі відповіді правильні. |
| 9. | Інформація, за допомогою якої відбувається творення іміджу і яка рухається від прототипу іміджу до його аудиторії – це: | А. Об’єкт іміджмейкінгу;  Б. Прототипу іміджу;  В. Іміджмейкер;  Г. Іміджоформувальна інформація;  Д. Всі відповіді правильні. |
| 10. | Технологія розвитку культури організації, яка самопрезентує організацію з метою інтеграції її образу у певний інформаційно-комунікативний простір та гармонізує презентаційний образ організації (зовнішній рівень іміджу) і власне організаційну культуру (внутрішній рівень іміджу) – це: | А. Іміджмейкінг організації;  Б. Іміджологія;  В. Трешімідж;  Г. Психологія;  Д. Бренд-менеджмент. |
| 11. | Пізнавальний психічний процес, який виявляється у цілісному відображенні образів предметів, ситуацій і явищ, що виникають у процесі впливу подразників на рецепторні поверхні органів відчуттів – це: | А. Сприйняття;  Б. Іміджологія;  В. Трешімідж;  Г. Психологія;  Д. Бренд-менеджмент. |
| 12. | До типів сприйняття відносяться: | А. Синтетичний;  Б. Аналітичний;  В. Описовий;  Г. Пояснювальний, об’єктивний, суб’єктивний;  Д. Всі відповіді правильні. |
| 13. | Тип сприйняття характеризується яскравим загальним враженням від предметів, загальним змістом і загальними особливостями сприйнятого. Люди з цим типом перцепції найменше звертають увагу на деталі предметів та явищ – це: | А. Синтетичний тип сприйняття;  Б. Аналітичний тип сприйняття;  В. Описовий тип сприйняття;  Г. Пояснювальний тип сприйняття;  Д. Об’єктивний тип сприйняття. |
| 14. | Люди цього типу сприйняття схильні до виокремлення деталей. Їх розповіді завжди наповнені подробицями й описом окремих деталей предметів або явищ, за якими часто втрачається сутнісний зміст – це: | А. Синтетичний тип сприйняття;  Б. Аналітичний тип сприйняття;  В. Описовий тип сприйняття;  Г. Пояснювальний тип сприйняття;  Д. Об’єктивний тип сприйняття. |
| 15. | Тип сприйняття характеризується тим, що такі люди обмежуються фактичною картиною того, що бачать або чують. Вони не намагаються пояснити сутність сприйнятого. Мотиви вчинків інших людей, рушійні сили подій або явищ залишаються поза їх увагою – це: | А. Синтетичний тип сприйняття;  Б. Аналітичний тип сприйняття;  В. Описовий тип сприйняття;  Г. Пояснювальний тип сприйняття;  Д. Об’єктивний тип сприйняття. |
| 16. | Люди з таким типом сприйняття завжди намагаються пояснити побачене або почуте. Їх не задовольняє лише та інформація, яку вони сприймають безпосередньо – це: | А. Синтетичний тип сприйняття;  Б. Аналітичний тип сприйняття;  В. Описовий тип сприйняття;  Г. Пояснювальний тип сприйняття;  Д. Об’єктивний тип сприйняття. |
| 17. | Тип сприйняття характеризується чіткою відповідністю сприйнятого та реального – це: | А. Синтетичний тип сприйняття;  Б. Аналітичний тип сприйняття;  В. Описовий тип сприйняття;  Г. Пояснювальний тип сприйняття;  Д. Об’єктивний тип сприйняття. |
| 18. | Тип сприйняття характеризується тим, що люди виходять за межі фактичного і багато чого додають від себе. У своїх розповідять вони схильні передавати не дійсне, а власні суб’єктивні враження про нього. Вони говорять про власні думки й переживання, викликані сприйнятим явищем – це: | А. Синтетичний тип сприйняття;  Б. Аналітичний тип сприйняття;  В. Описовий тип сприйняття;  Г. Пояснювальний тип сприйняття;  Д. Суб’єктивний тип сприйняття. |
| 19. | Образ сприймається на таких рівнях: | А. Біологічний;  Б. Психологічний;  В. Соціальний;  Г. Правильні відповіді А і В;  Д. Правильні відповіді А, Б, В. |
| 20. | Відносно стійка, більш-менш усвідомлена система уявлень індивіда про самого себе, на основі якої він будує свою взаємодію з іншими людьми і ставиться до себе – це: | А. Я-концепція;  Б. Концепція;  В. Концепція маркетингу;  Г. Соціально-етична концепція;  Д. Психологічна концепція. |
| 21. | Цілісний образ власного Я складається з: | А. Когнітивного компоненту;  Б. Емоційного компоненту;  В. Оцінювально-вольового компоненту;  Г. Правильні відповіді А і В;  Д. Правильні відповіді А, Б, В. |
| 22. | Образ власних якостей, здібностей, зовнішності, соціальної значущості (самосвідомість) – це…: | А. Когнітивний компонент образу власного Я;  Б. Емоційний компонент образу власного Я;  В. Оцінювально-вольовий компонент образу власного Я;  Г. Правильні відповіді А і В;  Д. Правильні відповіді А, Б, В. |
| 23. | Самоповага, себелюбство, зарозумілість, самоприниження – це…: | А. Когнітивний компонент образу власного Я;  Б. Емоційний компонент образу власного Я;  В. Оцінювально-вольовий компонент образу власного Я;  Г. Правильні відповіді А і В;  Д. Правильні відповіді А, Б, В. |
| 24. | Прагнення підвищити самооцінку, здобути пошану, сформувати власний престиж – це…: | А. Когнітивний компонент образу власного Я;  Б. Емоційний компонент образу власного Я;  В. Оцінювально-вольовий компонент образу власного Я;  Г. Правильні відповіді А і В;  Д. Правильні відповіді А, Б, В. |
| 25. | Спостережливість, уміння точно побачити у персонах, предметах, явищах навколишнього світу їх чуттєву сторону становить – це…: | А. Культура сприйняття;  Б. Іміджологія;  В. Трешімідж;  Г. Психологія;  Д. Бренд-менеджмент. |
| 26. | Перцепція різних народів має певні відмінності, що визначаються: | А. Специфікою національного характеру;  Б. Етнічною ментальністю;  В. Системою цінностей;  Г. Соціальними нормами й еталонами, структурою національної свідомості, етнічної картини світу;  Д. Всі відповіді правильні. |
| 27. | Національні особливості сприйняття формувалися під впливом: | А. Природних умов (географічне розташування, клімат), що визначають спосіб життя етносу;  Б. Історичних подій;  В. Релігійних вірувань;  Г. Правильні відповіді А і В;  Д. Правильні відповіді А, Б, В. |
| 28. | Компонентами національної психології є: | А. Національний характер та темперамент;  Б. Національне почуття;  В. Національна самосвідомість;  Г. Особливості складу розуму, звичаї, традиції, вдача;  Д. Всі відповіді правильні. |
| 29. | Упорядковані, схематичні, детерміновані культурою “картинки” світу у людському мозку, що економлять зусилля у процесі сприйняття складних соціальних об’єктів та захищають цінності, позиції і права людини – це: | А. Культура сприйняття;  Б. Іміджологія;  В. Трешімідж;  Г. Психологія;  Д. Соціальний стереотип. |
| 30. | Процес формування враження про людину на основі вироблених стереотипів; віднесення соціальних об’єктів або форм взаємодії до відомих чи таких, що здаються відомими, приписування їм знайомих рис з метою прискорення чи полегшення міжособистісного спілкування – це: | А. Культура сприйняття;  Б. Іміджологія;  В. Трешімідж;  Г. Стереотипізація;  Д. Соціальний стереотип. |
| 31. | У психології визначають декілька стереотипних ефектів, що зумовлюють специфічні викривлення та помилки сприйняття: | А. “Галоефект” (ефект ореолу), ефект поблажливості, ефект первинності;  Б. Ефект новизни;  В. Ефект простої присутності у полі зору;  Г. Ефект хибної згоди, стереотипи фізичної привабливості;  Д. Всі відповіді правильні. |
| 32. | Перше враження, отримане у процесі сприйняття людини людиною – це …: | А. Ефект первинності;  Б. Ефект новизни;  В. Ефект простої присутності у полі зору;  Г. Ефект хибної згоди, стереотипи фізичної привабливості;  Д. Всі відповіді правильні. |
| 33. | Попередня інформація про людину, яка створює певну готовність до її сприйняття – це…: | А. Культура сприйняття;  Б. Іміджологія;  В. Трешімідж;  Г. Соціальна установку або аттітюд;  Д. Соціальний стереотип. |
| 34. | Соціальна установка виконує функції: | А. Адаптаційну;  Б. Пізнавальну;  В. Саморегуляції;  Г. Захисну;  Д. Всі відповіді правильні. |
| 35. | Спрямовує суб’єкт на ті об’єкти, які допомагають досягти мети – це: | А. Адаптаційна функція соціальної установки;  Б. Пізнавальна функція соціальної установки;  В. Функція саморегуляції;  Г. Захисна функція соціальної установки;  Д. Всі відповіді правильні. |
| 36. | вказує на спрощений спосіб поведінки щодо конкретного об’єкта; | А. Адаптаційна функція соціальної установки;  Б. Пізнавальна функція соціальної установки;  В. Функція саморегуляції;  Г. Захисна функція соціальної установки;  Д. Всі відповіді правильні. |
| 37. | Звільняє суб’єкт від внутрішнього напруження – це: | А. Адаптаційна функція соціальної установки;  Б. Пізнавальна функція соціальної установки;  В. Функція саморегуляції;  Г. Захисна функція соціальної установки;  Д. Всі відповіді правильні. |
| 38. | Сприяє розв’язанню внутрішніх конфліктів особистості – це: | А. Адаптаційна функція соціальної установки;  Б. Пізнавальна функція соціальної установки;  В. Функція саморегуляції;  Г. Захисна функція соціальної установки;  Д. Всі відповіді правильні. |
| 39. | Тенденція перебільшувати власну здатність передбачати – це: | А. Хіндсайт;  Б. Іміджологія;  В. Трешімідж;  Г. Соціальна установку або аттітюд;  Д. Соціальний стереотип. |
| 40. | Основними рисами інтуїції є: | А. Безпосередність;  Б. Неусвідомленість шляхів отримання результату;  В. Миттєвість (просвітлення);  Г. Правильні відповіді А і В;  Д. Правильні відповіді А, Б, В. |
| 41. | Припущення людини щодо оцінки її особистості оточуючими – це: | А. Культура сприйняття;  Б. Іміджологія;  В. Трешімідж;  Г. Соціальне очікування;  Д. Соціальний стереотип. |
| 42. | Процес створення такої інформації про об’єкт і поширення про нього відомостей у такому напрямі, у якому імідж об’єкта обростає все новими і новими атрибутами, що підсилюють і автоматично спрямовують його вплив на маси – це: | А. Міфологізація;  Б. Іміджологія;  В. Трешімідж;  Г. Стереотипізація;  Д. Маніпуляція. |
| 43. | До способів міфологізації іміджу відносяться: | А. Повторення сюжетних ліній найбільш відомих міфів та казок у процесі переказу особистої історії;  Б. Персоналізація;  В. Створення міфологічного контексту;  Г. Правильні відповіді А і В;  Д. Правильні відповіді А, Б, В. |
| 44. | Специфічний спосіб інтерпретації інформації, зумовлений дефіцитом поінформованості, невизначеністю ситуації, поширенням настроїв тривоги та страху у суспільстві – це: | А. Міф;  Б. Чутка;  В. Трешімідж;  Г. Стереотипізація;  Д. Маніпуляція. |
| 45. | За ступенем достовірності інформації чутки поділяються на: | А. Абсолютно недостовірні чутки;  Б. Недостовірні чутки з елементами правдоподібності;  В. Правдоподібні чутки;  Г. Достовірні чутки з елементами неправдоподібності;  Д. Всі відповіді правильні. |
| 46. | Такий вид психологічного впливу, за якого майстерність маніпулятора використовується для прихованого впровадження у психіку адресата мети, бажань, намірів, відносин чи установок, що не співпадають з тими, що наявні у адресата на цей момент; психологічний вплив, націлений на зміну напряму активності іншої людини, виконаний настільки майстерно, що залишається непоміченим нею – це: | А. Міфологізація;  Б. Іміджологія;  В. Трешімідж;  Г. Стереотипізація;  Д. Маніпуляція. |
| 47. | Маніпулятивний вплив використовує такі засоби: | А. Основний діючий агент – образ;  Б. Способи спонукання – пряма актуалізація мотиву, спокушання, провокація, пробудження інтересу;  В. Мішені – бажання, інтереси;  Г. Автоматизми – міжмодальні асоціації, релевантність образу мотиву, наміченому як мішень впливу;  Д. Всі відповіді правильні. |
| 48. | Формування у свідомості споживачів чіткого образу компанії чи продукту, відмінного від конкурентів, акцентування уваги споживачів інформації на конкретних характеристиках об’єкта – це: | А. Міфологізація;  Б. Іміджологія;  В. Позиціонування;  Г. Стереотипізація;  Д. Маніпуляція. |
| 49. | Комплекс технік і операційних принципів (контекстуально залежних переконань), на основі яких моделюються ефективні стратегії мислення й поведінки – це: | А. Міфологізація;  Б. Нейролінгвістичне програмування;  В. Позиціонування;  Г. Стереотипізація;  Д. Маніпуляція. |