**Темы для презентаций к зачету по курсу «Медиаманипулирование»**

1. Социально-психологические методы изучения влияния на аудиторию.
2. Защитные механизмы психики при просмотре телевизионных передач.
3. Воздействие СМИ на межгрупповые отношения.
4. Воздействие СМИ на общественные и политические процессы.
5. Использование СМИ в маркетинге и бизнесе.
6. Социально-психо­логические механизмы убеждения и внушения в процессе массовой коммуникации.
7. Теории медиаманипулирования.
8. Пропаганда алкоголизма в массовой культуре.
9. Создание героев в амплуа женоподобных мужчин и мужеподобных женщин в кинематографе.
10. Образ «плохого парня» как лейтмотив в кинематографе.
11. Абьюз в современном кинематографе.
12. Использование трагического треугольника Карпмана в современном кинематографе.
13. Невербальные приемы внушения и убеждения.
14. Техника и технология эффективного коммуникационного убеждения и внушения.
15. Типы манипуляторов.
16. Сериалы про убийц и продвижение «культа смерти».
17. Эстетизация смерти и насилия на экране.
18. Влияние просмотра фильмов ужасов на психику молодого человека.
19. «Положительные» и «отрицательные» посылы в популярных молодежных сериалах.
20. Мужественные женщины и женственные мужчины на примере героев фильмов / мультфильмов.
21. Манипулирование на примере героев фильмов / мультфильмов.
22. Конфликтное поведение на примере героев фильмов / мультфильмов.
23. Стереотипы на примере героев фильмов / мультфильмов.
24. Ложь на примере героев фильмов / мультфильмов.
25. Сравнение героев советских и современных российских на примере героев фильмов / мультфильмов/документальных фильмов.
26. Антигерои, которых мы любим на примере героев фильмов / мультфильмов.
27. «Положительные» и «отрицательные» посылы в сериале «Интерны».
28. «Положительные» и «отрицательные» посылы в сериале «Родина»
29. Искажение социальных ролей мужчин и женщин в кинематографе.
30. Тактические приемы психологического айкидо.
31. Социальная роль и предназначение слухов.
32. Психология толпы и ее характеристики.
33. Механизмы стихийного поведения.
34. Телевидение как средство манипулирования.
35. Психологические эффекты телевидения.
36. Основные черты информационной войны.
37. Мета-модель нейролингвистического программирования.
38. Общая модель гипнотической работы Милтона Эриксона.
39. Техники противостояния манипулированию.
40. Психология детского телевидения.
41. Влияние интернета на поведение и психику человека.
42. Влияние соцсетей на общение современного человека.
43. Влияние общественного мнения в сети.
44. Интернет-зависимость.
45. Сущность клипового мышления.
46. Способы манипулирования общественным сознанием с помощью телевидения.
47. «Информационный пузырь».
48. Фейк новости: что это и зачем их создают.
49. Сатира в рекламе.
50. Нейролингвистическое программирование.
51. Техники нейролингвистического программирования: формат, процесс или паттерн.
52. Модель SKORE: интегрированный подход для решения проблем: симптомы, причины, результаты, ресурсы, эффекты.
53. Гендерный подход в киноиндустрии (мужские и женские фильмы).
54. Психопатология на примере героев фильмов / мультфильмов.
55. Агрессивность на примере героев фильмов / мультфильмов.
56. Психология детского телевидения.
57. Гендерный подход в рекламе.
58. Влияние СМИ на личность подростка.
59. Телевидение как фактор формирования искаженной картины мира у детской аудитории.
60. Правда и ложь в экранной культуре.
61. Инстаграмм и экстремизм.
62. Телевидение и деформация личности.

**Требования к выполнению презентации.**

 Презентация должна включать в себя не менее 15 слайдов, из них не менее 8 иллюстративных материалов (рисунки, фото, видео, графики, схемы и т.п.). К презентации прилагается сопроводительный текст (1-1,5 страницы) или развернутые описания материалов слайдов даются в комментариях к слайдам внутри презентации. Презентация должна продемонстрировать Ваше умение кратко и емко изложить идеи, а комментарии - пояснить тезисы, объяснить, что и почему Вы считаете нужным сказать по теме презентации. Заключительный слайд должен содержать библиографический список и/или список Интернет-ресурсов, на которые Вы опирались.