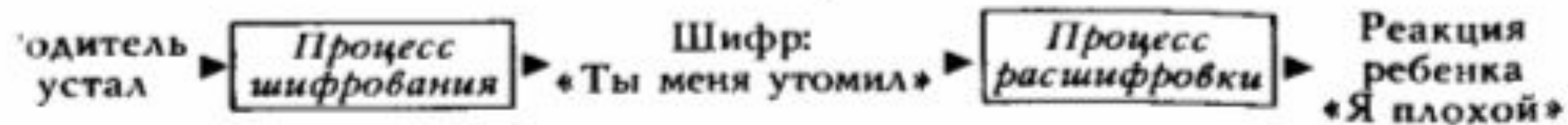


# **Психология журналистики**

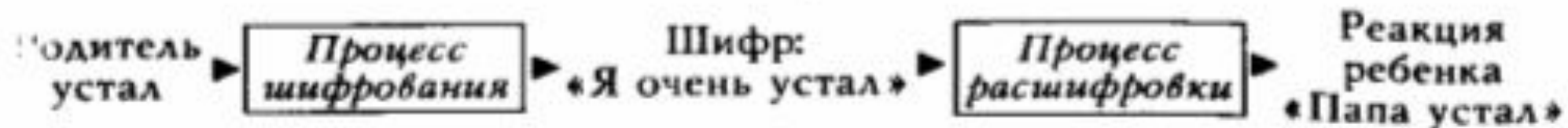
# Психология общения

- Эмпатия
- «Я-сообщение»
- Основы транзактного анализа (Э. Берн: позиции родитель-взрослый-ребенок)

*Ты-сообщение*



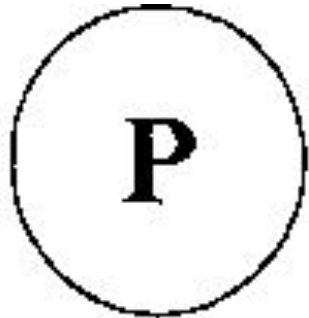
*Я-сообщение*



# Техника «Я-сообщение»

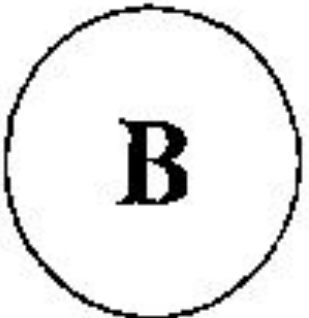
## Схема «Я-сообщения»

| Описание                            | Пример                                                                                                        |
|-------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| СОБЫТИЕ                             | «Когда...» (описание нежелательной ситуации)                                                                  |
| ЧУВСТВО                             | «Я чувствую...» «Я огорчена», «Я переживаю»<br>(описание ваших чувств)                                        |
| ПРИЧИНА<br>ВОЗНИКНОВЕНИЯ<br>ЧУВСТВА | «Потому что...»                                                                                               |
| ВЫРАЖЕНИЕ<br>ПРОСЬБЫ                | «Мне хотелось бы, чтобы...» , «Я предпочла бы...»,<br>«Я была бы рада...» (описание желательного<br>варианта) |
| ПОСЛЕДСТВИЯ                         | «Мне придется...», «Если еще такое повторится я<br>буду вынуждена...»                                         |



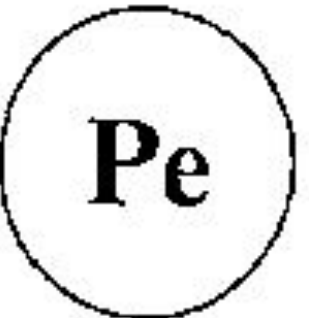
**Р**

**ЭГО-СОСТОЯНИЕ РОДИТЕЛЯ:**  
мысли, чувства и поведение, скопированные у родителей  
или других лиц, их заменяющих



**В**

**ЭГО-СОСТОЯНИЕ ВЗРОСЛОГО:**  
мысли, чувства и поведение, которые являются прямым  
реагированием на ситуацию «здесь и теперь»



**Рe**

**ЭГО-СОСТОЯНИЕ РЕБЕНКА:**  
мысли, чувства и поведение, проигрываемые как бы  
из детского возраста

# Психология восприятия

- Фигура-фон
- Правило Джорджа Миллера  $7 \pm 2$
- Принцип завершенности гештальта
- Принцип сходства

# Принцип схождения



**Принцип двойного восприятия «фигура-фон» делает логотип более запоминающимся**



Принцип сходства на примере сайта доставки еды: общий принцип выкладки меню – плиточный+ сайт выглядит именно как типовой интернет-магазин доставки, который сложно спутать с другими типами сайтов



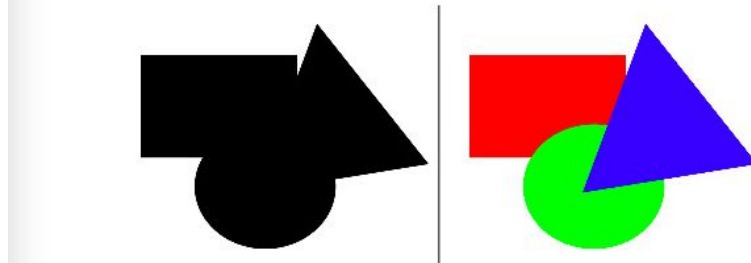
За счет цвета средний вариант воспринимается как «фигура», остальные два – как фон, и благодаря этой особенности восприятия этот вариант кажется более привлекательным

|                               |                              |                                 |
|-------------------------------|------------------------------|---------------------------------|
| \$12.99<br>basic <sup>ⓧ</sup> | \$23.99<br>plus <sup>ⓧ</sup> | \$34.99<br>premium <sup>ⓧ</sup> |
| freelancer                    | start-up                     | corporate teams                 |
| upto 3 users                  | upto 7 users                 | upto 15 users                   |
| 5gb storage                   | 10gb storage                 | 20gb storage                    |
| iPhone app                    | iPhone + iPad app            | iPhone + iPad app               |
|                               | basic security               | enhanced security               |
|                               | private URLs                 | private URLs                    |
| sign up                       | sign up                      | sign up                         |

# Принцип простоты в гештальт-психологии

Основополагающий принцип гештальт-психологии — в том, что люди склонны воспринимать и интерпретировать неоднозначные и сложные изображения в максимально простые формы. То есть, сталкиваясь со сложными формами, мы, как правило, разбиваем их на более простые и понятные компоненты.

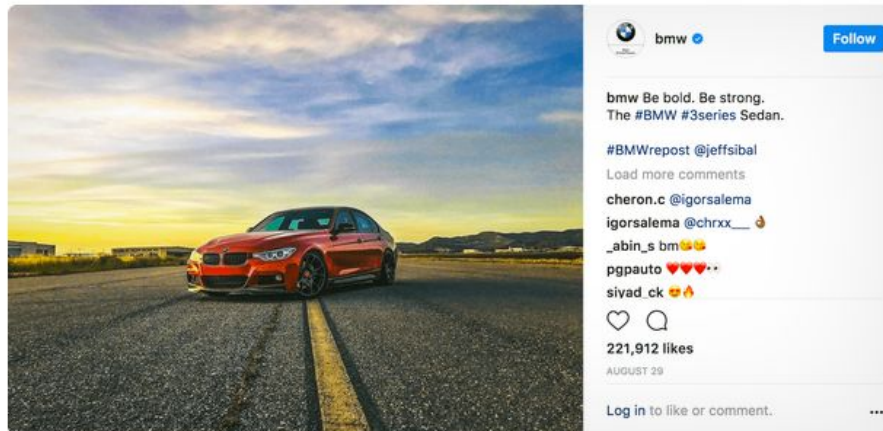
К примеру, увидев этот сложный черный силуэт, большинство из нас мысленно разобьет его на круг, квадрат и треугольник, потому что в данном случае объект проще воспринимать как совокупность трех простых фигур, чем как нечто единое.



# Эффект изоляции на примере инстаграма BMW

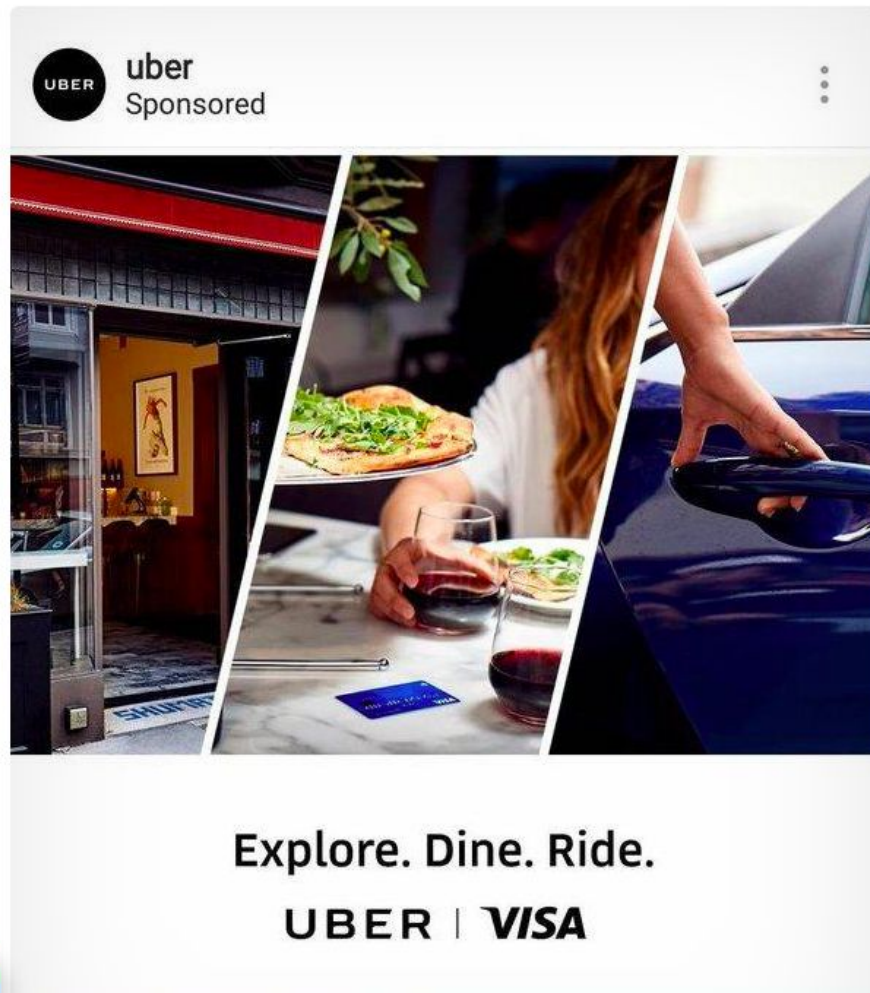
Как применить этот принцип на практике? Один из способов — сделать фокальную точку заметно отличающейся от фона. Другой вариант — проанализировать контент своих конкурентов и попытаться выкладывать фотографии и видео-ролики, разительно отличающиеся от него, чтобы они выделялись в новостной ленте аудитории.

Один из брендов, использующих эффект изоляции, — это BMW. Инстаграм компании наполнен фотографиями их машин в разной обстановке. И хотя иногда фон очень красив сам по себе, фокус всегда на автомобиле.



# Принцип сходства на примере рекламной кампании Uber

Реклама в Инстаграм:



Емейл:

## Visa Local Offers

Turn everyday spending into Uber credits



Explore. Earn. Ride.

Лендинг:



Turn everyday spending into Uber credits

## Visa Local Offers

With Visa Local Offers, you get rewarded for spending. Make purchases at local shops and restaurants with an eligible Visa card on your Uber account, and you'll earn Uber credits automatically. Now, you can turn everyday spending into an easy way to get around town. With Visa Local Offers, enrolling is simple and spending is more fun.

# Ты – мне, я – тебе: если компания «приносит» клиенту пользу, то он воспринимает ее более благожелательно

Например, онлайн-магазин нижнего белья True&Co разработали специальный опрос для того, чтобы помочь своим покупательницам точнее определить, какой размер и фасон белья им лучше всего подходит.

TRUE  
TRUE&CO

What is your shape?

|                                                                                   |                                                                                   |                                                                                   |                                                                                   |
|-----------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------|
| WELL ROUNDED                                                                      | BOTTOM HAPPY                                                                      | TAKING SIDES                                                                      | BOTTOM & SIDES                                                                    |
|  |  |  |  |
| Equally round and full all over.                                                  | Slightly flatter at the top leading into a fuller cup at the bottom.              | Your breasts are more than 3 finger widths apart.                                 | Wide and low? It's a winning combination.                                         |

Choose the shape that you think best matches your breasts.  
Not sure? Make a guess, we'll ask more questions to determine your best fit.

Таким образом, магазин помогает решить очень актуальную для всех женщин проблему — как выбрать удобный бюстгальтер, который оптимально подходит для их фигуры. Это невероятно полезный бесплатный сервис, который при этом существенно повлиял и на объемы продаж магазина.

**Not only content is king**

**Что еще влияет на восприятие, кроме  
контента?**

Какое сообщество?

Какие интересы самого пользователя?

Кто автор?

# Эффекты восприятия

**Эффект изоляции (эффект Ресторффа).** Объект, который выделяется среди прочих, запоминается лучше других.

**Уклон в сторону поиска информации.** Человек ищет информацию даже если в текущей ситуации она не повлияет на действия.

**Эффект Барнума (эффект Форера).** Человек соглашается с точностью описания своей личности, как будто написанной специально для него, хотя на деле относящейся к широкому кругу людей.

**Эффект знакомства с объектом.** Люди отдают предпочтение некоторым объектам (в социальных сетях: авторам, сообществам) только потому что они знакомы с ним – это объясняет популярность микроинфлюенсеров

# Micro-influencers vs Celebrities

Measure the Estimated Cost per Instagram Post, Average Engagement Rate and Estimated Media Value per post for Micro-influencers vs Celebrities. Who delivers the highest engagement rates and ROI? This tool can help you estimate.

sergeysuxov



2,014 posts  
314,595 followers  
1,143 following

Estimated Cost Per Post

\$711.45 - \$1,185.75

Engagement Rate

6.10%

Estimated Cost  
Per Engagement

\$0.04 - \$0.06

Estimated Earned  
Media Value / \$

x11.6

buzova86



10,189 posts  
12,423,137 followers  
180 following

Estimated Cost Per Post

\$18,636 - \$31,060

Engagement Rate

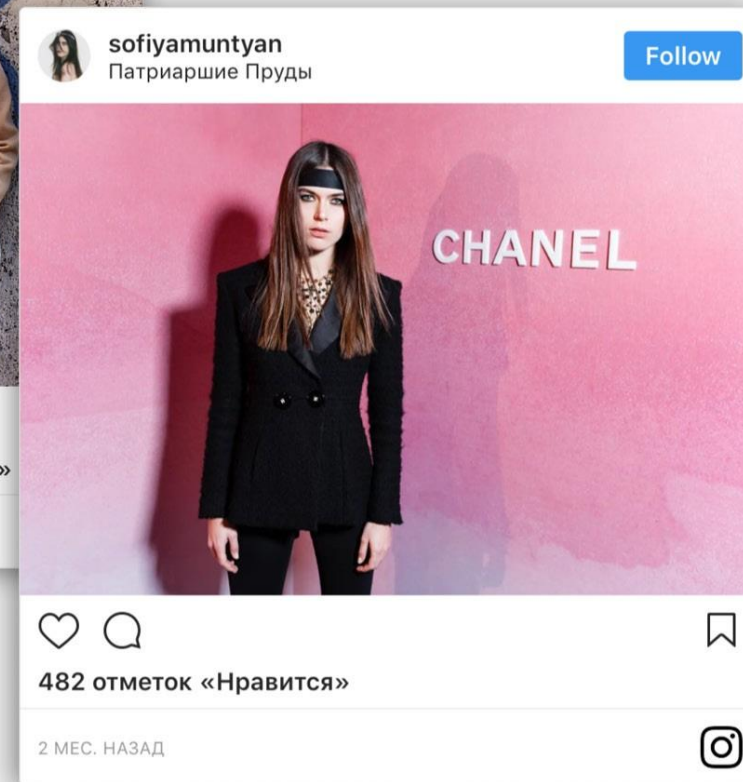
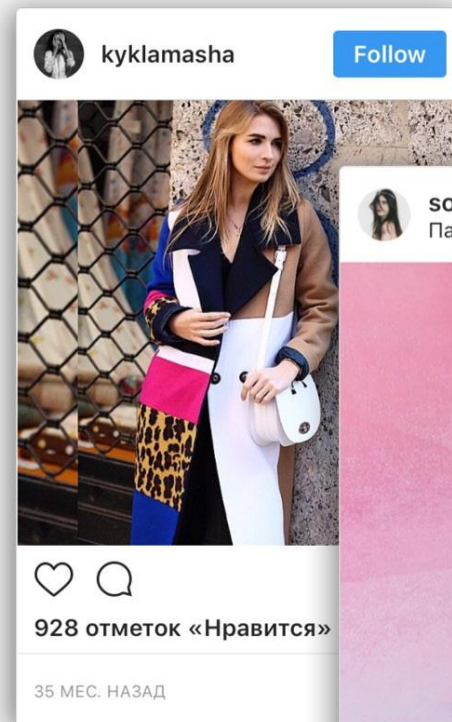
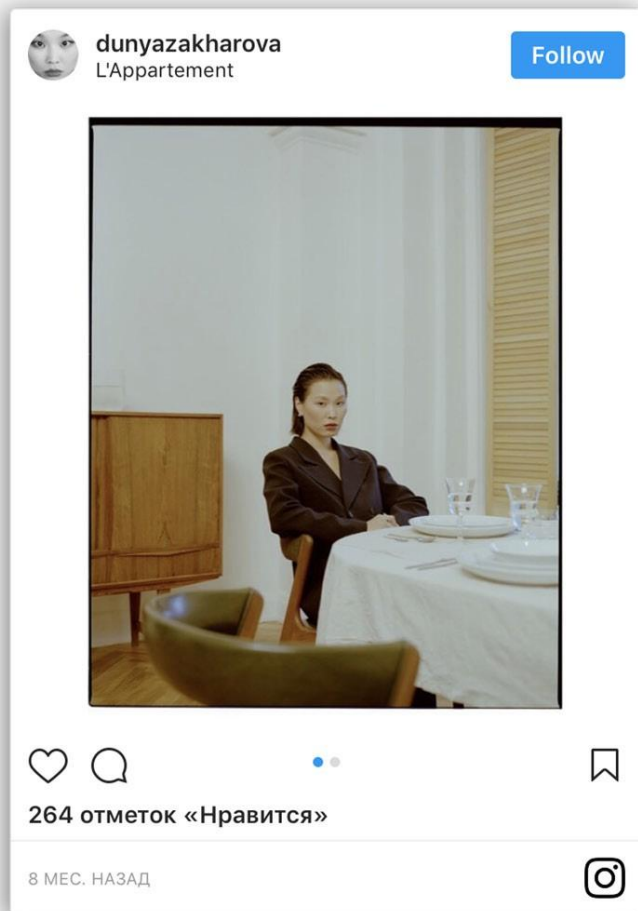
2.57%

Estimated Cost  
Per Engagement

\$0.06 - \$0.10

Estimated Earned  
Media Value / \$

x7.4



- Иллюзия частоты (феномен Баадера-Майнхофа). После знакомства с новой информацией или предметом человеку кажется, что информация о ней появляется везде.
- Эффект самореференции. Люди лучше запоминают информацию, которая связана с ними лично.

