

УДК 159.9: 316.62

Жесткова Н.А.

Психология массовых коммуникаций. Конспект лекций. – Самара.: ГОУВПО ПГУТИ, 2011. – 185 с.

Курс «Психология массовых коммуникаций» позволяет студентам познакомиться с основными положениями психологической науки в области специфики массовых коммуникаций и формирования общественного мнения, а также понять сущность психологических эффектов массовой коммуникации и механизмов формирования массовых вкусов, массовой моды, массового настроения и поведения. Знания этой научной области являются необходимыми для успешной профессиональной деятельности специалиста сферы связей с общественностью.

Рецензент:

Морозова Г.А. – к.ист.н., профессор Восточной экономико-юридической гуманитарной академии.

Государственное образовательное учреждение высшего профессионального образования

«Поволжский государственный университет телекоммуникаций и информатики»

© Жесткова Н.А., 2011

Содержание

Содержание	4	
Введение.....	7	
Лекция 1	8	
Тема 1. Массовая коммуникация как феномен 8		
современного общества	8	
Раздел 1.1. Понятие, функции и цели	8	
массовой коммуникации.....	8	
Раздел 1.2. Психологические основы влияния	10	
средств массовой коммуникации	10	
Вопросы для самоконтроля	15	
Лекция 2	16	
Тема 2. Психология массового сознания	16	
Раздел 2.1. Понятие массового сознания	16	
Раздел 2.2. Механизмы формирования	19	
массового сознания	19	
Вопросы для самоконтроля	26	
Лекция 3	27	
Тема 3. Психологическое воздействие.....	27	
на массовое сознание	27	
Раздел 3.1. Виды направленного воздействия	27	
на смысловую сферу аудитории.....	27	
Раздел 3.2. Механизмы смыслового воздействия на массовую аудиторию	32	
Вопросы для самоконтроля	34	
Лекция 4	35	
Тема 4. Способы психологического воздействия в	35	
массовой коммуникации.....	35	
Раздел 4.1. Заражение как метод воздействия	35	
Раздел 4.2. Подражание как метод воздействия..	36	
Раздел 4.3. Внушение как метод воздействия	38	
Вопросы для самоконтроля	40	
Лекция 5	41	
Тема 5. Социально-психологические механизмы	41	
воздействия общественного мнения на личность	41	
Раздел 5.1. Интерес как основа интеграции индивидов	41	
Раздел 5.2. Стереотипизация отношений как основа	44	
интеграции индивидов.....	44	
Вопросы для самоконтроля	52	
Лекция 6	53	
Тема 6. Стереотипы в средствах.....	53	
массовой коммуникации.....	53	
Раздел 6.1. Гендерные стереотипы в СМК	53	
Раздел 6.2. Медиа-образ пожилых людей.....	57	
Раздел 6.3. Медиа-образ людей с	59	

нарушениями здоровья	59
Вопросы для самопроверки	60
Лекция 7	61
Тема 7. Психологические аспекты	61
убеждающей коммуникации	61
Раздел 7.1. Понятие убеждающей коммуникации	61
Раздел 7.2. Требования к аргументации.....	62
Вопросы для самоконтроля	65
Лекция 8	66
Тема 8. Закономерности массового поведения и	66
психология рекламного воздействия	66
Раздел 8.1. Психология потребления как основание	66
реklamного воздействия	66
Раздел 8.2. Роль рекламы в процессе принятия...	69
потребительского решения.....	69
Вопросы для самоконтроля	71
Лекция 9	72
Тема 9. Виды рекламного воздействия	72
Раздел 9.1. Реклама как социокультурный феномен	72
Раздел 9.2. Функции рекламы как вида коммуникации	74
Вопросы для самоанализа.....	76
Лекция 10	77
Тема 10. Стихийное массовое поведение	77
Раздел 10.1. Определение понятия толпы.....	77
Раздел 10.2. Виды и основные характеристики толпы	78
Раздел 10.3. Особенности поведения толпы.....	82
Вопросы для самоконтроля	88
Лекция 11	89
Тема 11. Психологическое воздействие.....	89
манипулятивного характера	89
Раздел 11.1. Способы тайного принуждения личности	89
Раздел 11.2. Задачи манипулятивного воздействия	93
Вопросы самопроверки	95
Лекция 12	96
Тема 12. Значение контроля за информационными	96
потоками для социального управления	96
Раздел 12.1. Манипулятивные возможности СМК	96
Раздел 12.2. Проблема информационной.....	99
безопасности личности	99
Вопросы для самоконтроля	101
Лекция 13	102
Тема 13. Слухи и провокации как техника информационно-психологического	
воздействия.....	102
Раздел 13.1. Социально-психологическая	102
природа слухов	102

Раздел 13.2. Классификация слухов.....	105
Вопросы для самоконтроля	106
Лекция 14.....	107
Тема 14. Мифы в массовой коммуникации	107
Раздел 14.1. Психологические особенности мифологического мышления	107
Раздел 14.2. Причины возникновения.....	109
социальной мифологии	109
Вопросы для самоконтроля	111
Лекция 15.....	112
Тема 15. Роль мифов в политике	112
Раздел 15.1. Предпосылки возникновения политических мифов	112
Раздел 15.2. Функции политических мифов	113
Вопросы для самоконтроля	116
Лекция 16.....	117
Тема 16. Мифы в PR-деятельности	117
Раздел 16.1. Мифология бренда	117
Раздел 16.2. Технология создания бренда-мифа	119
Раздел 16.3. Примеры успешных брендов-мифов	121
Вопросы для самоконтроля	123
Лекция 17.....	124
Тема 17. Психология журналистского творчества	124
Раздел 17.1. Особенности журналистского творчества	124
Раздел 17.2. Моделирование социального имиджа	127
журналиста	127
Вопросы для самоконтроля	129
Глоссарий	130
Список использованных источников.....	134
Рекомендуемая литература.....	135