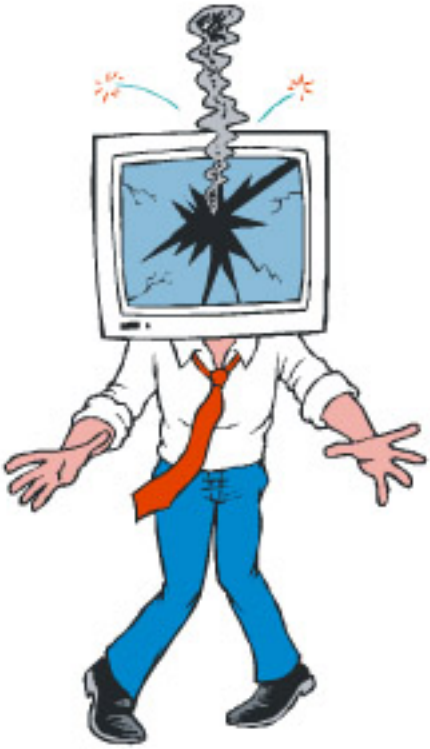
учебный аспект в электронном виде учебник

И. В. Ерофеева
Ю. А. Полякова

Психология и социология массовой коммуникации



учебный аспект в электронном виде учебник

Электронный абонемент ЗабГГПУ

Забайкальский государственный гуманитарно-педагогический
университет им. Н. Г. Чернышевского

И. В. Ерофеева
Ю. А. Полякова

ПСИХОЛОГИЯ И СОЦИОЛОГИЯ МАССОВОЙ КОММУНИКАЦИИ

Чита
ЗабГГПУ
2010

Электронный абонемент ЗабГГПУ

Электронный абонемент в ЕЗЛ ЗабГГПУ

УДК 159(075.3)+301.085:002(075.3)
ББК Ю949я73+С55.567я73

Печатается по решению Ученого совета Забайкальского государственного гуманитарно-педагогического университета им. Н. Г. Чернышевского

Ответственный за выпуск
А. А. Томских, канд. геогр. наук,
проректор по учебной работе ЗабГГПУ

Рецензенты
Л. Г. Полетаева, канд. культурологии, доцент каф. теоретичексой и прикладной лингвистики ЧитГУ
Т. К. Клименко, д-р пед. наук ЗабГГПУ

Психология и социология массовой коммуникации: учебно-методическое пособие для организации самостоятельной работы студентов отделения «Связи с общественностью» / И. В. Ерофеева, Ю. А. Полякова ; Забайкал. гос. гум.-пед. ун-т. – Чита, 2010. – 104 с.

ISBN 978-585158- 656-9

Книга содержит необходимый методический материал по основным разделам лекционно-практических курсов «Психология массовой коммуникации» и «Социология массовой коммуникации», предусмотренных программой по направлению «Связи с общественностью». В пособие включены психологические ситуации и задачи для самостоятельной работы студентов, творческие задания, научный материал по ряду социопсихологических проблем СМК, темы письменных и научных исследований, вопросы и тесты для самопроверки усвоенных знаний, правила написания курсовой работы, а также список литературы.

УДК 159(075.3)+301.085:002(075.3)
ББК Ю949я73+С55.567я73

ISBN 978-585158- 656-9 © ЗабГГПУ, 2010

Электронный абонемент в ЕЗЛ ЗабГГПУ

учебный курс в электронном виде для студентов

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ 5

1. ПРОБЛЕМНОЕ ПОЛЕ ПСИХОЛОГИИ И СОЦИОЛОГИИ МАССОВОЙ КОММУНИКАЦИИ 7

1.1. СМК и общество 7

1.2. Аудитория как объект воздействия и как субъект взаимодействия в СМИ 13

1.3. Социально-психологическое воздействие ресурсами СМК 22

1.4. Методология анализа медиатекста 33

1.5. Общение в контексте массовой и межличностной коммуникации 43

1.6. Творчество и массовая коммуникация 53

2. ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЕ ВОПРОСЫ 57

2.1. Психология массовой коммуникации 57

2.2. Социология массовой коммуникации 61

3. ТЕСТЫ ДЛЯ САМОПРОВЕРКИ УСВОЕННЫХ ЗНАНИЙ 64

3.1. Психология массовой коммуникации 64

3.2. Социология массовой коммуникации 67

4. ТЕМЫ ПИСЬМЕННЫХ РАБОТ И НАУЧНЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ 79

5. ПРАВИЛА НАПИСАНИЯ И ОФОРМЛЕНИЯ КУРСОВОЙ РАБОТЫ 84

6. РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА 90

7. ПРИЛОЖЕНИЕ 95

учебный курс в электронном виде для студентов