



Психология массовых коммуникаций

Елена Витальевна Строгеецкая
Ирина Борисовна Бетигер

(каф. социологии и политологии;
каб. 5321; ЛК; СДО (Moodle))

avs1973@list.ru

ssps@etu.ru

Введение

Психология массовой коммуникации (ПМК)

– раздел социальной психологии, изучающий эффекты, закономерности и технологии изменения психики человека в процессе массовой коммуникации.

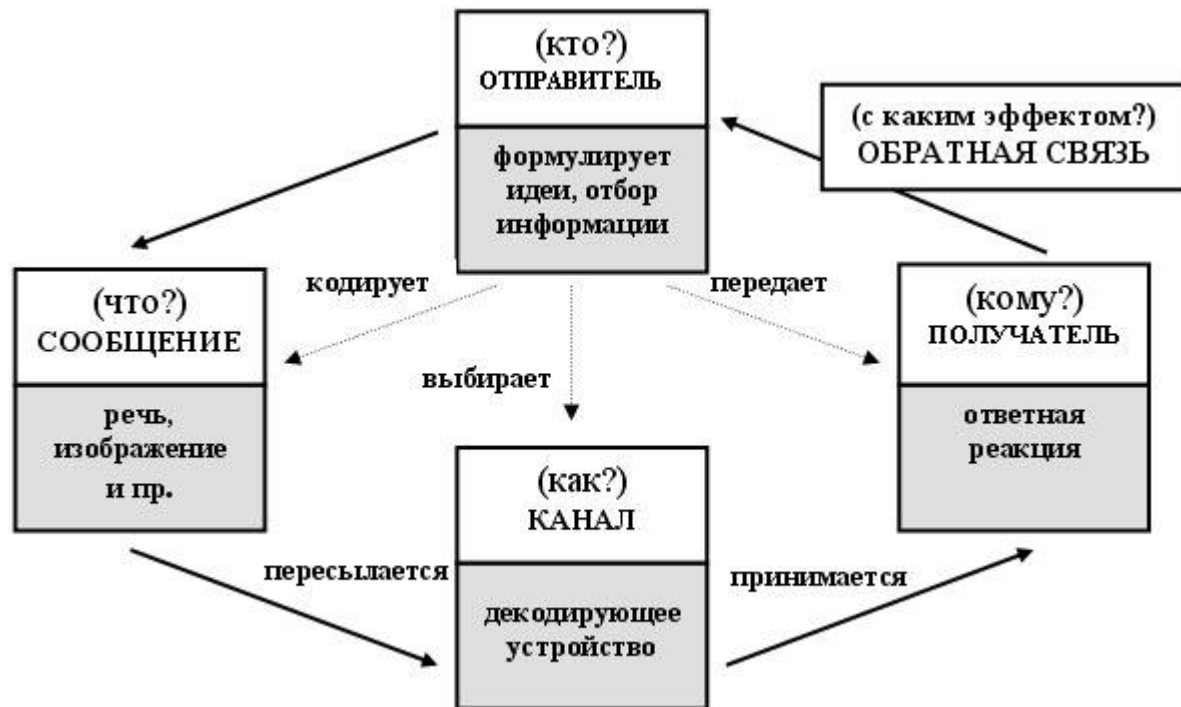
Гарольд Дуайт Лассуэлл (1902 - 1978):



- «Концепция волшебной пули»;
- Стратегии психологической (информационной) войны;
- 1948 г. «Пятивопросная» модель коммуникации

Введение

- «Пятивопросная» модель коммуникации Г. Д. Лассуэла:



Введение

Разновидности социальной коммуникации:

- межличностная коммуникация;
- публичная коммуникация;
- массовая коммуникация.

Массовая коммуникация (МК) -

- – процесс распространения специально созданных сообщений среди массовых аудиторий с помощью технических средств.

Особенности МК

Аудиоканал

Свойства:

- оперативность;
- возможность использовать в фоновом режиме;
- эмоциональность сообщений;
- на слух осознанно воспринимается только 20% информации.

Особенности МК

Видеоканал

Свойства:

- «эффект присутствия»: срабатывает принцип - *«Я видел – значит, это правда!»*;
- высокая степень доверия реципиентов;
- ЭМОЦИОНАЛЬНОСТЬ = заражительность;
- малая аналитичность.

Особенности МК

Печатный канал

Свойства:

- высокая аналитичность,
- прочность воздействия,
- стабильность аудитории,
- эмоциональность сообщения ниже, чем у аудио или видео сообщения.

Особенности МК:

2. Получатель=реципиент – массовая аудитория

Массовая аудитория —

численно большая, рассредоточенная, разнородная совокупность людей, на которую направлено то или иное сообщение.

3. Особенности обратной связи.

Вербальная обратная связь затруднена.

Необходимо учитывать поведенческую обратную связь.

4. Отправитель=коммуникатор в МК коллективен.

Отправитель:

- заказчик сообщения;
- создатель сообщения.

5. МК однонаправлена и ассиметрична.

6. МК – социально-ориентированное общение (СОО):
общение людей как представителей социальных групп.

Массовое сообщение (СОО) содержит не только объективную информацию, но и цели, отношение к теме, социальные установки, стереотипы и мифы о целевой аудитории, присущие группе отправителей. А его восприятие происходит в контексте социального одобрения или порицания группами-получателями.

Социально-психологические функции МК:

- информирование о событиях в мире;
- социализация личности;
- социальный контроль;
- мобилизационная;
- гедонистическая (развлекательная) функция;
- психотерапия.



СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!