

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://studservis.ru/gotovye-raboty/kontrolnaya-rabota/8672>

Тип работы: Контрольная работа

Предмет: Психология

Оглавление

Ситуация 1 2

Ситуация 2 2

СПИСОК РЕКОМЕНДОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ 6

Ситуация 1

Комсомольская правда (2006г., №171-т/46, 16-23 ноября, стр.2) в рубрике «Люди, которые нас удивили» поместила заметку: «Мэр Москвы нашел способ борьбы с пробками. Открывая очередную транспортную развязку, он сказал, что вынесет на обсуждение правительства города идею распорядка дня столичных чиновников. Теперь они будут работать с 7 утра, что сильно разгрузит улицы в утренние часы».

Задание: Проанализируйте, какое влияние могут оказать эти высказывания мэра Москвы на мотивацию и ожидания реципиентов – москвичей, жителей других городов, чиновников.

Проблема пробок в столице вновь привлекла внимание общественности. Фактически на протяжении десятилетия вопрос не терял своей актуальности, только обострялся с течением времени.

Так, согласно статистике, в 2004 году Москва проводила в пробках по 40 минут в часы пик, теперь город стоит и утром, и вечером не менее 4 часов. Однако, в связи с прогнозами экспертов, согласно которым в 2018 году главный город страны ожидает транспортный коллапс, тема в данный момент стала предметом активного публичного обсуждения.

Решение проблемы пробок в Москве пытаются найти многие специалисты, эксперты и чиновники.

В ходе обсуждения вопроса были предложены различные варианты оптимизации транспортного потока и разгрузки автомагистралей столицы. Некоторые чиновники и эксперты предлагали пересадить полмиллиона владельцев личного транспорта на общественный. Они подсчитали, что удалив с дорог мегаполиса 500 000 машин, можно сразу изменить обстановку в лучшую сторону.

Но при таком решении сразу же возникает другая проблема – перегруженность общественного транспорта. Даже сейчас многие линии метро не справляются с пассажиропотоком, например, Таганско-Краснопресненская, где уже на третьей от конечной остановки станции Выхино поезда идут переполненные, и пассажирам иногда удается сесть только в третий или четвертый по счету состав. Сегодня суммарный пассажиропоток в столице достигает 16 млн. в сутки. Как отметил Александр Поляков, заместитель руководителя Центра организации дорожного движения правительства Москвы, на фоне отсутствия в течение 20 лет какой-либо транспортной политики о стороны правительства, решение проблемы требует времени.

Одновременно был отмечен энтузиазм, который проявляет новое столичное правительство, возглавляемое Сергеем Собяниным, пытаясь найти решение через развитие сети общественного транспорта и улучшение логистики пассажиропотока. С этой целью в настоящее время строится примерно 15 км метрополитена ежегодно, выделены спецполосы для автобусов и идет подготовка к использованию малого кольца железной дороги для пассажирских перевозок. Расстановка приоритетов однозначно ведется в пользу общественного транспорта, но для удобства областных автомобилистов столичный департамент транспорта уделил внимание перехватывающим парковкам, на которых пребывающие в Москву гости могли бы временно оставить свой транспорт.

Данные высказывания мэра Москвы Собянина способствуют ожиданиям реципиентов – москвичей, жителей других городов, чиновников, что в это время основной поток освободит дорогу, и они смогут проехать на работу быстрее.

Ситуация 2

В настоящее время широко распространено мнение о том, что серьезными национальными проектами, развивающими национальную идею и воспитывающими национальную гордость, являются такие телевизионные проекты, как «Звезды на льду», «Танцы со звездами», «Две звезды».

Вопросы и задания:

Проанализируйте с точки зрения психологии массовой коммуникации, на каких стереотипах массового сознания базируется такое мнение.

Являются ли они, действительно, национальными проектами?

Стереотипы — устойчивые, мало зависимые от эмпирического познания образы окружающих предметов или явлений. Строго говоря, формирование в сознании образа предмета всегда включает элемент стереотипизации, т. е. определенную степень упрощения, выделения значимых и вытеснение неважных для субъекта его сторон и характеристик.

Однако устойчивость образам, определяемым как стереотипы, придают особенности процесса их формирования.

Во-первых, стереотип всегда далек от собственного опыта. В современном обществе основным источником стереотипов все чаще становятся соответствующим образом подобранные сообщения СМИ.

Например, постоянный читатель газеты «Московский комсомолец» независимо от своего желания будет представлять себе типичного кавказца как бандита или члена криминального сообщества.

Во-вторых, устойчивость стереотипу придает его непосредственная связь с установкой, которая определенным образом защищает стереотип от возможной трансформации или разрушения.

СПИСОК РЕКОМЕНДОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

Основная литература

- Новиков К.Ю. "Психология массовых коммуникаций. Механизмы практика. Ошибки". -М: РОСНОУ, 2010.
- "Психология массовой коммуникации" / под.ред. А.А. Бодалева, А.А. Деркача, Л.Г. Лаптева. - М.: Гардарики, 2008.
- "Психология массовой коммуникации" / Душков Б.А., Гришина Т.А. -М: АТиСО, 2009.
- Харрис Р. "Психология массовых коммуникаций". - СПб., 2011.

Дополнительная литература

- Богомолова Н.Н. "Социальная психология массовой коммуникации". - М.: Аспект Пресс, 2008.
- Викентьев И.Л. "Приемы рекламы и Publicrelations. Программы-консультанты". - СПб.: Изд.дом "Бизнес-Пресса", 2007.
- Гуревич П.С. "Приключения имиджа: типология телевизионного образа и парадоксы его восприятия", М: Искусство, 1991.
- Гуревич П.С. "Психология рекламы: историко-аналитическое и философское содержание", Ростов-на-Дону: "Феникс", 2009.
- Грачев Г.В. "Информационно-психологическая безопасность личности: состояние и возможности психологической защиты". - М., 1998.
- Годфруа Ж. "Что такое психология: В 2-х т". - М.: Мир, 1996.
- Гофман А.Б. Мода и люди: "Новая теория модного поведения". М.: Наука, 1992.
- Гусев Д., Матвейчев О., Хазеев Р., Чернаков С. "Уши машут ослом... Современное социальное программирование". - Пермь: Bakstergroup, 2002.
- Доценко Е.Л. "Психология манипуляции". - М., 2000.
- Зазыкин В.Г. "Психологические основы гуманистической рекламы". - М., 2000.
- Змановская Е.В. "Руководство по управлению личным имиджем". - СПб.: Речь, 2005.
- Ильинский В. "Слухи в рекламе, антирекламе и контррекламе" // Рекламные идеи – Yes! / www.advi.ru/archive.
- Гюстав Лебон "Психология народов и масс". - М.: Академический проект, 2011. - 238 с.
- Лебедев-Любимов А.Н. "Психология рекламы". 2-е изд. – СПб.: Питер, 2007.
- Маерс Д. "Социальная психология". 7-е изд.– СПб.: Питер, 2005.
- Поттер, Д. "Дискурс и социальная психология" [Электронный ресурс]/ 2 авт. – Режим доступа: <http://www.nsu.ru/psich/internet/bits/potter.htm>. – Загл. с экрана.
- Почепцов Г.Г. "Теория и практика коммуникации". - М.: УМА Пресс, 1998.
- "Социальная психология". 7-е изд. / Под.ред. С. Московичи. - СПб.: Питер, 2007.
- Чалдини Р. "Психология влияния". - СПб.: Питер, 2007.
- Шерковин Ю.А. "Психологические проблемы массовых информационных процессов". - М.: Мысль, 1973.
- Экман П. "Психология лжи". - СПб.: Питер, 2010.
- Бакулев Г. П. "Массовая коммуникация: Западные теории и концепции": - М.: Аспект Пресс, 2005.

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://studservis.ru/gotovye-raboty/kontrolnaya-rabota/8672>