

Содержание

Введение	7
Раздел первый	
Психологические закономерности процесса восприятия в массовой политической коммуникации	
1.1. Образ мира личности как основа восприятия информации в процессе массовой политической коммуникации	10
1.2. Установки и стереотипы массового сознания	32
Раздел второй	
Психологические механизмы влияния на сознание и поведение аудитории в массовой политической коммуникации	
2.1. Механизмы убеждения и внушения в массовой политической коммуникации	52
2.2. Использование механизмов подражания и заражения в мас- совой политической коммуникации	72
Раздел третий	
Психология процесса передачи информации в массовой политической коммуникации	
3.1. Знаки и их значение в массовой политической коммуни- кации	94
3.2. Особенности невербальной коммуникации	121
Раздел четвертый	
Масса как объект воздействия в массовой политической коммуникации	
4.1. Масса и массовые политические настроения	140
4.2. Инструменты управления массовым сознанием и поведе- нием	156

Раздел пятый

**Психология взаимодействия
между источником и получателем
в массовой политической коммуникации**

5.1. Источник и субъект массовой политической коммуникации	176
5.2. Психологическое измерение эффективности массовой политической коммуникации	194

Приложение 1

Краткая хрестоматия по курсу «Психология массовой политической коммуникации»	217
--	-----

Приложение 2

Рабочая программа дисциплины	265
------------------------------------	-----

Приложение 3

Тестовые задания	291
------------------------	-----