

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Курганский государственный университет»  
(КГУ)

Кафедра «Журналистика и массовые коммуникации»



УТВЕРЖДАЮ:  
Первый проректор  
Т.Р. Змызгова  
« 30 сентября » 2022 г.

Рабочая программа учебной дисциплины  
**ПСИХОЛОГИЯ МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ**

образовательной программы высшего образования –  
программы бакалавриата

**42.03.02 – Журналистика**  
Направленность (профиль): Журналистика

Формы обучения: **очная**

Курган 2022

Рабочая программа учебной дисциплины «Психология массовых коммуникаций» составлена в соответствии с учебным планом по программе бакалавриата 42.03.02 Журналистика (Направленность (профиль): Журналистика), утвержденным для очной формы обучения «30» августа 2022 года;

Рабочая программа учебной дисциплины одобрена на заседании кафедры «Журналистика и массовые коммуникации» «30» сентября 2022 г., протокол № 2.

Рабочую программу составила:  
к.фил.н., доцент кафедры



---

О.В. Филистеева

**Согласовано:**

Зав. кафедрой «Журналистика и  
массовые коммуникации»,  
доцент, к.фил.н.



---

Е.Г. Москвина

Специалист по учебно-  
методической работе  
учебно-методического отдела



---

И.В. Тарасова

Начальник управления  
образовательной деятельности



---

И.В. Григоренко

## 1. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ

Всего: 4 зачетные единицы трудоемкости (144 академических часов)

### Очная форма обучения

Вид учебной работы	На всю дисциплину	Семестр
		6
<b>Аудиторные занятия (контактная работа с преподавателем), всего часов</b>	<b>64</b>	<b>64</b>
<b>в том числе:</b>		
Лекции	32	32
Практические занятия	32	32
<b>Самостоятельная работа, всего часов</b>	<b>80</b>	<b>80</b>
<b>в том числе:</b>		
Подготовка к экзамену	27	27
Другие виды самостоятельной работы	53	53
<b>Вид промежуточной аттестации</b>	<b>Экзамен</b>	<b>Экзамен</b>
<b>Общая трудоемкость дисциплины и трудоемкость по семестрам, часов</b>	<b>144</b>	<b>108</b>

## 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Курс «Психология массовых коммуникаций» входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений блока Б1.

Изучение дисциплины базируется на результатах обучения, сформированных при изучении следующих дисциплин:

- «Введение в профессиональную деятельность»;
- «Психология делового общения»;
- «Основы журналистской деятельности».

Курс дает базовые знания о способах эффективного взаимодействия с большими аудиториями, приемах комфортно-психологического общения, а также дает студентам научное представление о роли массовой коммуникации в современном мире, о ее воздействии на выбор ценностных ориентаций и моделей поведения в социуме,

## 3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ

**Цель** освоения дисциплины «Психология массовых коммуникаций» - формирование системного понимания закономерностей психологических процессов, лежащих в основе индивидуального творчества и массовой коммуникации, овладение психологическими приемами разрешения основных коммуникативных проблем и личных творческих затруднений на основе профессиональных правил техники информационно-психологической безопасности.

**Задачи** освоения дисциплины «Психология массовых коммуникаций»: определение роли курса в формировании личности профессионала; выработка теоретических ориентиров, оснований подхода к анализу явлений практики; формирование методологических основ изучения дисциплин, необходимых для работы в сфере журналистики.

## Компетенция, формируемая в результате освоения дисциплины:

Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде (УК-3)

**В результате изучения дисциплины студент должен:**

**Знать:**

- психологические механизмы массовой коммуникации;
- закономерности порождения и восприятия текстов в процессе коммуницирования;
- принципы психологической безопасности в массовой коммуникации, способы осуществления социального взаимодействия и реализации своей роли в команде (УК-3).

**Уметь:**

- базироваться на полученных общетеоретических знаниях концептуального характера в профессиональной деятельности;
- осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде организовывать интерактивное общение с аудиторией (УК-3).

**Владеть:**

- знаниями в области организации массовых коммуникаций;
- навыками анализа информационных потоков;
- навыками осуществления социального взаимодействия и реализации своей роли в команде (УК-3).

## 4. СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

### 4.1. Учебно-тематический план

#### Очная форма обучения

Рубеж	Номер раздела, темы	Наименование раздела, Темы	Количество часов контактной работы с преподавателем	
			Лекции	Практические занятия
Рубеж 1	1	Понятие, структура и основные характеристики массовой коммуникации	3	2
	2	Массовое сознание как объект деятельности средств массовой коммуникации	3	4
	3	Психологические направления в исследовании массовой коммуникации	4	4
	Рубежный контроль № 1			2
Рубеж 2	4	Аудитория как объект воздействия в массовой коммуникации	3	4
	5	Массовая информация в системе массовых коммуникаций	3	2
	6	Психологическая характеристика коммуникатора в системе массовых коммуникаций	4	2

	7	Механизмы воздействия в массовой коммуникации	4	2
	8	Стереотипы, слухи и мифы в массовой коммуникации	4	4
	9	Психологические основы манипуляции	4	4
	Рубежный контроль № 2			2
	<b>Всего:</b>		<b>32</b>	<b>32</b>

## 4.2. Содержание лекционных занятий

### ***Тема 1. Понятие, структура и основные характеристики массовой коммуникации***

Введение. Цели и задачи изучения дисциплины. Требования по изучению дисциплины. Определение понятия «массовая коммуникация». Обострение проблем информационного загрязнения среды и гиперэксплуатации психических ресурсов человека. Новейшие технологии воздействия и суверенность личности, включенной в массовую коммуникацию. Структура и основные характеристики массовой коммуникации. Функционирование системы массовой коммуникации. Ее эффективность и эффекты.

### ***Тема 2. Массовое сознание как объект деятельности средств массовой коммуникации***

Понятие массового сознания. Пути его формирования. Воздействие СМК на массовое сознание. Способы манипулирования массовым сознанием с помощью СМК.

### ***Тема 3. Психологические направления в исследовании массовой коммуникации***

Бихевиоризм: поведенческие концепции массовой коммуникации. Когнитивизм. Гештальтпсихология. Психоанализ и неопрейдизм. Гуманистическая психология и теории самоактуализации. Отечественная психология как основа формирования теории массовой коммуникации. Аксиология в контексте новых гуманитарных теорий массовой коммуникации.

### ***Тема 4. Аудитория как объект воздействия в массовой коммуникации***

Понятие и типология аудитории. Мотивы и установки потребителя информации. Методы психологии в изучении аудитории. Психологические исследования в рекламной и PR-деятельности. Общественное мнение: понятие, структура, функции.

### ***Тема 5. Массовая информация в системе массовых коммуникаций***

Сходства и различия в терминах «массовая информация» и «массовая коммуникация». Столкновение двух явлений в современной действительности.

### ***Тема 6. Психологическая характеристика коммуникатора в системе массовых коммуникаций***

Открытый диалог коммуникатора с аудиторией. «Публичная индивидуальность» и «публичная субъективность». Трансфер и психическая асимметрия контакта реципиент – коммуникатор в массовой коммуникации. Социологические и социально-психологические типологии социальных имиджей коммуникатора. Медиапсихологический анализ социальной роли и публичной индивидуальности коммуникатора. Самораскрытие и самопознание как способ актуализации профессиональных качеств. Снятие невротических механизмов защиты для преодоления конкретных творческих затруднений.

### ***Тема 7. Механизмы воздействия в массовой коммуникации***

Методы убеждения и внушения. Психологические модели убеждающего воздействия. Внушение в массовой коммуникации. Основные эффекты массовой коммуникации. Факторы восприятия медийных текстов.

### ***Тема 8. Стереотипы, слухи и мифы в массовой коммуникации***

Установка и стереотип в массовой коммуникации. Психология слухов и предрассудков. Мифология в политической коммуникации. Миф и мифологическое сознание.

### ***Тема 9. Психологические основы манипуляции***

Манипуляция в СМИ и ее особенности на уровне психических и психологических реакций. Техника конструирования имиджа и его воздействие на аудиторию. Информационная безопасность как составляющая национальной безопасности государства. Негативная трансформация СМИ и психологическая защита.

## **4.3. Практические занятия**

### ***Тема 1. Понятие, структура и основные характеристики массовой коммуникации***

*Вопросы:*

1. Определение понятия «массовая коммуникация».
2. Структура и основные характеристики массовой коммуникации.
3. Функционирование системы массовой коммуникации.
4. Эффекты массовой коммуникации.
5. Суть проблемы информационного загрязнения среды.

*Задание:*

Каждый студент должен привести пример факта, доказывающего информационное загрязнение среды. Проверка задания проходит в формате блиц-опроса группы.

### ***Тема 2. Массовое сознание как объект деятельности средств массовой коммуникации***

*Вопросы:*

1. Понятие массового сознания.
2. Пути формирования массового сознания.
3. Воздействие СМИ на массовое сознание.
4. Способы манипулирования массовым сознанием с помощью СМИ.

*Задание:*

Студенты по группам изучают предоставленные преподавателем тексты известных и влиятельных журналистов, блогеров, писателей. Анализируют их на предмет оказываемого на их сознание воздействия, выявляют общественный резонанс путем анализа комментариев, определяют, какими именно способами авторы оказывали влияние на массовое сознание.

### ***Тема 3. Психологические направления в исследовании массовой коммуникации***

*Вопросы:*

1. Бихевиоризм: поведенческие концепции массовой коммуникации.
2. Когнитивизм.
3. Гештальтпсихология.
4. Психоанализ и неотрейдизм.
5. Гуманистическая психология и теории самоактуализации.

6. Отечественная психология как основа формирования теории массовой коммуникации.
7. Аксиология в контексте новых гуманитарных теорий массовой коммуникации.

#### ***Тема 4. Аудитория как объект воздействия в массовой коммуникации***

##### *Вопросы:*

1. Понятие и типология аудитории.
2. Мотивы и установки потребителя информации.
3. Методы психологии в изучении аудитории.
4. Психологические исследования в рекламной и PR-деятельности.
5. Общественное мнение: понятие, структура, функции.

##### *Задание:*

Каждый студент должен собрать фокус-группу (не менее 5 человек), сходную по тем или иным параметрам и дать им оценить какой-либо массовый информационный продукт на свой выбор (текст журналиста или блогера, рекламный ролик, подкаст, видеосюжет и т.д.). Оценки фокус-группы необходимо получить с помощью анкетирования или интервью. Результаты оформить с выводами. Полученный каждым результат обсуждаем коллективно на занятии.

#### ***Тема 5. Массовая информация в системе массовых коммуникаций***

##### *Вопросы:*

1. Сходства и различия в терминах «массовая информация» и «массовая коммуникация».
2. Столкновение двух явлений в современной действительности.

#### ***Тема 6. Психологическая характеристика коммуникатора в системе массовых коммуникаций***

##### *Вопросы:*

1. Открытый диалог коммуникатора с аудиторией.
2. Трансфер и психическая асимметрия контакта реципиент – коммуникатор в массовой коммуникации.
3. Социологические и социально-психологические типологии социальных имиджей коммуникатора.
4. Медиапсихологический анализ социальной роли и публичной индивидуальности коммуникатора.
5. Самораскрытие и самопознание как способ актуализации профессиональных качеств.
6. Снятие невротических механизмов защиты для преодоления конкретных творческих затруднений.

##### *Задание:*

Каждому студенту необходимо написать по 2 текста, в которых они предстанут в разных социальных имиджах коммуникатора. Тексты озвучиваются и обсуждаются на занятии.

#### ***Тема 7. Механизмы воздействия в массовой коммуникации***

##### *Вопросы:*

1. Методы убеждения и внушения.
2. Психологические модели убеждающего воздействия.
3. Внушение в массовой коммуникации.
4. Основные эффекты массовой коммуникации.
5. Факторы восприятия медийных текстов.

*Задание:*

Каждый студент, используя теоретические знания о методах убеждения и внушения, должен написать текст на свободную тему на основе этих методов. Тексты озвучиваются на занятии, другие студенты оценивают, насколько этот текст был убедителен.

### ***Тема 8. Стереотипы, слухи и мифы в массовой коммуникации***

*Вопросы:*

1. Установка и стереотип в массовой коммуникации.
2. Психология слухов и предрассудков.
3. Мифология в политической коммуникации.
4. Миф и мифологическое сознание.

*Задание:*

Студенты по группам изучают предоставленные преподавателем тексты известных и влиятельных журналистов, блогеров. Анализируют их на предмет формируемых в них установок, мифов, стереотипов.

### ***Тема 9. Психологические основы манипуляции***

*Вопросы:*

1. Манипуляция в СМИ и ее особенности на уровне психических и психологических реакций.
2. Техника конструирования имиджа и его воздействие на аудиторию.
3. Информационная безопасность как составляющая национальной безопасности государства.
4. Негативная трансформация СМИ и психологическая защита.

*Задание:*

Каждому студенту необходимо составить личную стратегию психологической защиты от вредной, негативной и недостоверной информации.

## **5. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ**

### **ДИСЦИПЛИНЫ**

Дисциплина «Психология массовых коммуникаций» изучается студентами в течение одного семестра. Включает лекционные и практические занятия в сочетании с самостоятельной работой студентов. Промежуточная аттестация проводится в форме экзамена.



При прослушивании лекций рекомендуется в конспекте отмечать все важные моменты, на которых заостряет внимание преподаватель, в частности те, которые направлены на качественное выполнение соответствующего практического занятия.

Преподавателем запланировано использование при чтении лекций технологии учебной дискуссии. Поэтому рекомендуется фиксировать для себя интересные моменты с целью их активного обсуждения на дискуссии в конце лекции.

Залогом качественной работы на практических занятиях является самостоятельная подготовка к ним накануне путем повторения материалов лекций, конспектирования проработанного учебного материала, изучения основной и дополнительной литературы. Рекомендуется подготовить вопросы по неясным моментам и обсудить их с преподавателем в начале занятия.

Преподавателем запланировано применение на практических занятиях технологий развивающейся кооперации, коллективного взаимодействия, разбора конкретных ситуаций. Поэтому приветствуется групповой метод выполнения практических заданий и защиты отчетов, а также взаимооценка и обсуждение результатов их выполнения.

Для текущего контроля успеваемости преподавателем используется балльно-рейтинговая система контроля и оценки академической активности. Поэтому настоятельно рекомендуется тщательно прорабатывать материал дисциплины при самостоятельной работе, участвовать во всех формах обсуждения и взаимодействия, как на лекциях, так и на практических занятиях в целях лучшего освоения материала и получения высокой оценки по результатам освоения дисциплины.

Выполнение самостоятельной работы подразумевает подготовку к практическим занятиям, к рубежным контролям, подготовку к экзамену.

Рекомендуемая трудоемкость самостоятельной работы представлена в таблице:

#### **Рекомендуемый режим самостоятельной работы**

<b>Наименование вида самостоятельной работы</b>	<b>Рекомендуема я трудоемкость, акад. час.</b>
	<b>Очная форма обучения</b>
<b>Самостоятельное (углубленное) изучение тем дисциплины:</b>	<b>19</b>
Понятие, структура и основные характеристики массовой коммуникации	2
Массовое сознание как объект деятельности средств массовой коммуникации	2
Психологические направления в исследовании массовой коммуникации	2
Аудитория как объект воздействия в массовой коммуникации	2
Массовая информация в системе массовых коммуникаций	2
Психологическая характеристика коммуникатора в системе массовых коммуникаций	2
Механизмы воздействия в массовой коммуникации	3
Стереотипы, слухи и мифы в массовой коммуникации	2
Психологические основы манипуляции	2
<b>Подготовка к практическим занятиям ( по 2 часа на одно ПЗ)</b>	<b>28</b>
<b>Подготовка к рубежным контролям (по 3ч. на рубеж)</b>	<b>6</b>
<b>Подготовка к экзамену</b>	<b>27</b>
<b>Всего:</b>	<b>80</b>

## 6. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ АТТЕСТАЦИИ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

### 6.1. Перечень оценочных средств

1. Балльно-рейтинговая система контроля и оценки академической активности студентов в КГУ.
2. Банк заданий к рубежным контролям № 1, № 2
3. Банк вопросов к экзамену

### 6.2. Система балльно-рейтинговой оценки работы студентов по дисциплине

№	Наименование	Содержание																		
<b>Очная форма обучения</b>																				
1	Распределение баллов за семестры по видам учебной работы, сроки сдачи учебной работы (доводятся до сведения студентов на первом учебном занятии)	Распределение баллов																		
		<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="text-align: center;">Вид учебной работы:</th> <th style="text-align: center;">Посещение лекционных занятий</th> <th style="text-align: center;">Выполнение заданий на практических занятиях</th> <th style="text-align: center;">Рубежный контроль №1</th> <th style="text-align: center;">Рубежный контроль №2</th> <th style="text-align: center;">Экзамен</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td style="text-align: center;">Балльная оценка:</td> <td style="text-align: center;">До 16</td> <td style="text-align: center;">До 28</td> <td style="text-align: center;">До 13</td> <td style="text-align: center;">До 13</td> <td style="text-align: center;">До 30</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">Примечания</td> <td>1 б. за посещение лекции (наличие конспекта) (16. x 16ЛЗ = 16 б.)</td> <td>До 2-х б. за тему ПЗ (2 б x 14) = 28 б.)</td> <td>На 6-ом ПЗ</td> <td>На 16-ом ПЗ</td> <td></td> </tr> </tbody> </table>	Вид учебной работы:	Посещение лекционных занятий	Выполнение заданий на практических занятиях	Рубежный контроль №1	Рубежный контроль №2	Экзамен	Балльная оценка:	До 16	До 28	До 13	До 13	До 30	Примечания	1 б. за посещение лекции (наличие конспекта) (16. x 16ЛЗ = 16 б.)	До 2-х б. за тему ПЗ (2 б x 14) = 28 б.)	На 6-ом ПЗ	На 16-ом ПЗ	
		Вид учебной работы:	Посещение лекционных занятий	Выполнение заданий на практических занятиях	Рубежный контроль №1	Рубежный контроль №2	Экзамен													
Балльная оценка:	До 16	До 28	До 13	До 13	До 30															
Примечания	1 б. за посещение лекции (наличие конспекта) (16. x 16ЛЗ = 16 б.)	До 2-х б. за тему ПЗ (2 б x 14) = 28 б.)	На 6-ом ПЗ	На 16-ом ПЗ																
2	Критерий пересчета баллов в традиционную оценку по итогам работы в семестре и зачета	<b>60 и менее баллов – неудовлетворительно;</b> <b>61...73 – удовлетворительно;</b> <b>74... 90 – хорошо;</b> <b>91...100 – отлично</b>																		
3	Критерии допуска к промежуточной аттестации, возможности получения автоматического зачета (экзаменационной оценки) по дисциплине, возможность получения бонусных баллов	<p>Для допуска к промежуточной аттестации по дисциплине за семестр обучающийся должен набрать по итогам текущего и рубежного контролей не менее 51 балла. В случае если обучающийся набрал менее 51 балла, то к аттестационным испытаниям он не допускается.</p> <p>Для получения экзамена без проведения процедуры промежуточной аттестации обучающемуся необходимо набрать в ходе текущего и рубежных контролей не менее 61 балла. В этом случае итог балльной оценки, получаемой обучающимся, определяется по количеству баллов, набранных им в ходе текущего и рубежных контролей. При этом, на усмотрение преподавателя, балльная оценка обучающегося может быть повышена за счет получения дополнительных баллов за академическую активность.</p> <p>Обучающийся, имеющий право на получение оценки без проведения процедуры промежуточной аттестации, может повысить ее путем сдачи аттестационного испытания. В случае получения обучающимся на аттестационном испытании 0 баллов итог балльной оценки по дисциплине не снижается.</p> <p>За академическую активность в ходе освоения дисциплины, участие в учебной, научно-исследовательской, спортивной, культурно-творческой и общественной деятельности обучающемуся могут быть начислены дополнительные баллы. Максимальное количество дополнительных баллов за академическую активность составляет 30.</p> <p>Основанием для получения дополнительных баллов являются:</p> <p>- выполнение дополнительных заданий по дисциплине; дополнительные баллы</p>																		

		начисляются преподавателем; - участие в течение семестра в учебной, научно-исследовательской, спортивной, культурно-творческой и общественной деятельности КГУ.
4	Формы и виды учебной работы для неуспевающих (восстановившихся на курсе обучения) обучающихся для получения недостающих баллов в конце семестра	В случае если к промежуточной аттестации (экзамену) набрана сумма менее 51 балла, обучающемуся необходимо набрать недостающее количество баллов за счет выполнения дополнительных заданий, до конца последней (зачетной) недели семестра. Ликвидация академических задолженностей, возникших из-за разности в учебных планах при переводе или восстановлении, проводится путем выполнения дополнительных заданий, форма и объем которых определяется преподавателем.

### 6.3. Процедура оценивания результатов освоения дисциплины

Оценка успеваемости студентов в рамках балльно-рейтинговой системы осуществляется в ходе текущего, рубежного и промежуточного контроля.

Текущий контроль осуществляется в ходе учебных занятий. Оценивается посещаемость лекций, активность и уровень подготовки студентов к практическим занятиям.

Рубежные контроли № 1, №2 проводятся в форме выполнения практических заданий и тестов. Преподаватель оценивает в баллах результаты работы каждого студента по степени полноты и правильности выполнения заданий и заносит в ведомость учета текущей успеваемости.

Промежуточная аттестация (экзамен) проходит в форме устного ответа на 1 билет, состоящий из двух теоретических вопросов. Время, отводимое студенту на подготовку к ответу, составляет не менее 30 мин. При выставлении баллов преподаватель учитывает:

- знание фактического материала по дисциплине;
- логику, структуру, стиль ответа; аргументированность ответа; уровень самостоятельного мышления; умение приложить теорию к практике;
- степень активности студента на занятиях.

Максимальное количество баллов на экзамене – 30

Результаты текущего контроля успеваемости и экзамена заносятся преподавателем в экзаменационную ведомость, которая сдается в организационный отдел института в день экзамена, а также выставляются в зачетную книжку студента.

### 6.4. Примеры оценочных средств для рубежных контролей и экзамена

#### 6.4.1 ПРИМЕРНЫЕ ЗАДАНИЯ К РУБЕЖНЫМ КОНТРОЛЯМ

##### Рубежный контроль 1.

Темы для рубежных контролей:

#### 1. Теоретические основы психологии массовых коммуникаций

### **Задания для рубежного контроля №1:**

1. Дайте определение понятия «массовая коммуникация»
2. Опишите (с примерами, не менее 3) суть информационного загрязнения современной среды.
3. Перечислите способы (не менее 3) манипулирования массовым сознанием с помощью средств массовой коммуникации.
4. Укажите пути формирования массового сознания.
5. Опишите суть следующих психологических направлений в исследовании массовых коммуникаций: неофрейдизм; гештальтпсихология; когнитивизм.

### **2. Психологические процессы и состояния в различных сферах массовой коммуникации**

#### **Задания для рубежного контроля №2:**

1. Приведите не менее 3 различных типологий аудитории.
2. Назовите ключевые мотивы, которые влияют на поведение аудитории.
3. Укажите сходства и различия в таких явлениях как «массовая информация» и «массовая коммуникация».
4. Перечислите типы социальных имиджей коммуникатора.
5. Назовите самые действенные, на ваш взгляд, методы убеждения и внушения в массовой коммуникации. Докажите свою точку зрения.
6. Дайте определения следующим терминам применительно к массовой коммуникации: установка, стереотип, слух, предрассудок, миф. Что общего у этих явлений?
7. Опишите используемые лично вами методы психологической защиты от негативной информации (с примерами).

### **6.4.2. ПРИМЕРНЫЙ ПЕРЕЧЕНЬ ВОПРОСОВ ДЛЯ ПОДГОТОВКИ К ЭКЗАМЕНУ**

1. Человек в массовой коммуникации.
2. Идеология и журналистика. Логика убеждения и ловушки пропаганды.
3. Понятие архетипа (К.-Г. Юнг). Архетипические представления в рекламе и журналистике.
4. Стратификация аудитории: построение психологического профиля предпочтительного читателя.
5. Травмогенные факторы массовой коммуникации
6. Техника психологической безопасности при работе в информационной среде
7. Информационное давление и суверенность личности в массовой коммуникации.
8. Гедонистический текст: порождение и восприятие. Проблематика и символика шоу-программ и популярных изданий.
9. Профилактика и реабилитация информационных травм аудитории.
10. Медиапсихологический анализ и моделирование контента массовых коммуникаций.
11. Медиапсихологическая экспертиза официальных сообщений, журналистских публикаций, PR-акций и рекламных кампаний.
12. Психодиагностика и коррекция профессиональных патологий и информационных травм работников информационной сферы.
13. Понятие массы. Современные теории массового общества.
14. Понятие массовой культуры. Массовая культура как форма, которую принимает культурное развитие в условиях массового индустриального общества.
15. Предпосылки возникновения массовых коммуникаций. Основные особенности МК.
16. Функции массовых коммуникаций.
17. Роль авторитета и имиджа коммуникатора.

18. Средства массовой коммуникации.
19. Аудитория в цепи массовой коммуникации.
20. Современные тенденции в массовой коммуникации.
21. Восприятие, его виды и свойства. Роль восприятия в МК.
22. Психологические теории в рекламе. Мотивация в рекламе. Нужда, потребности и мотив.
23. Понятие коммуникативной эффективности рекламы.
24. Слухи как специфический вид коммуникации. Классификация слухов. Источники и условия возникновения и распространения слухов.
25. Противодействие слухам.
26. Установка и стереотип, особенности взаимодействия.
27. Психология пропаганды.
28. Психология творчества в коммуникационных процессах.
29. Креативные методы в массовой коммуникации.
30. Социальная установка. Иерархия в системе установок. Основные свойства и функции установок.

#### **Темы рефератов (для неуспевающих):**

1. Основные направления исследования массовой коммуникации.
2. Кинематограф как форма коммуникации.
3. Молчание как коммуникация.
4. Танец как форма коммуникации.
5. Особенности коммуникации в первобытном обществе.
6. Особенности коммуникации в странах Востока.
7. Особенности коммуникации в СССР.
8. Проблема насилия в СМИ.
9. Манипулятивные технологии в системе массовой коммуникации.
10. Оценка влияния СМИ на аудиторию.
11. Пропаганда как специфический информационный процесс.
12. Роль цензуры в СМИ.
13. Роль СМИ в формировании стереотипов общественного сознания.
14. Социальная реклама в СМИ и ее влияние на общество.
15. Психология PR-взаимодействий со СМИ.
16. Психологические аспекты интернет-зависимости.
17. Роль развлекательных передач в российском обществе.
18. Феномен телесериала.
19. Особенности и формы мобильной коммуникации.
20. Феномен медиазависимости.

#### **6.5. Фонд оценочных средств**

Полный банк заданий для текущего, рубежных контролей и промежуточной аттестации по дисциплине, показатели, критерии, шкалы оценивания компетенций, методические материалы, определяющие процедуры оценивания образовательных результатов, приведены в учебно-методическом комплексе дисциплины.

## **7. ОСНОВНАЯ И ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ УЧЕБНАЯ ЛИТЕРАТУРА**

### **7.1. Основная учебная литература**

1. Руденко, А. М. Психология массовых коммуникаций : учебник / А.М. Руденко, А.В. Литвинова; под ред. А.М. Руденко. — Москва : РИОР : ИНФРА-М, 2017. — 303 с. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/792707>
2. Владимирова М. Б. Трансформация массового сознания под воздействием СМИ (на примере российского телевидения) [Электронный ресурс]. – М. : Флинта, 2011. URL: <http://www.biblioclub.ru/book/83084/>
3. Никулина С. А. Психология массовой коммуникации [Электронный ресурс] : учеб.пособие. – М.: Директ-Медиа, 2014. – URL : [http://biblioclub.ru/index.php?page=book\\_view&book\\_id=235650](http://biblioclub.ru/index.php?page=book_view&book_id=235650)
4. Лозовский Б. Н. Манипулятивные технологии управления средствами массовой информации [Электронный ресурс] : учеб.пособие. – Екатеринбург : Изд-во Урал.ун-та, 2008. – URL: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=370929>

### **7.2. Дополнительная литература**

1. Массовая и профессиональная коммуникация в современном мире [Электронный ресурс] / Гуськова С.В. - М. : ФЛИНТА, 2016. - <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785976525276.html>
2. Психология влияния [Электронный ресурс] : учеб.пособие / Т.М. Харламова. - 3-е изд., стер. - М. : ФЛИНТА, 2011. - <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785976501393.html>
3. Психология социальных групп [Электронный ресурс] : учебное пособие / Н.И. Семечкин. - М. : ВЛАДОС, 2011. - (Учебное пособие для вузов) - <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785305002157.html>

## **8. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ**

1. Методические рекомендации к изучению дисциплины «Психология журналистики» / сост. Филистеева О.В./ - Курган: Изд-во КГУ, 2019.

## **9. РЕСУРСЫ СЕТИ «ИНТЕРНЕТ», НЕОБХОДИМЫЕ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**

1. Электронная библиотека КГУ: [www.dspace.kgsu.ru](http://www.dspace.kgsu.ru)
2. Электронно-библиотечная система «Znanium.com»: [www.znanium.com](http://www.znanium.com) .
3. Электронно-библиотечная система «Консультант студента»: [www.studentlibrary.ru](http://www.studentlibrary.ru).
4. Научная электронная библиотека «eLIBRARY.RU» - <http://elibrary.ru/>.
5. Вестник МГУ. Серия 14. Психология - <http://www.law.msu.ru/vestnik.htm/>
6. Вестник МГУ. Серия 18. Социология и политология <http://www.law.msu.ru/vestnik.htm/>
7. Журнал популярной психологии «Здесь и сейчас» <http://www.aha.ru/~here-now/>
8. Журнал практического психолога <http://li-der.narod.ru/>
9. Мир психологии – журнал Академии педагогических и социальных наук <http://www.psychology.net.ru/>
10. Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены <http://www.nir.ru/Socio/scipubl/wciom/monitor.htm/>

## **10. ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ, ПРОГРАММНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ И ИНФОРМАЦИОННЫЕ СПРАВОЧНЫЕ СИСТЕМЫ**

1. ЭБС «Лань»
2. ЭБС «Консультант студента»
3. ЭБС «Znanium.com»
4. «Гарант» - справочно-правовая система

## **11. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

Материально-техническое обеспечение по реализации дисциплины осуществляется в соответствии с требованиями ФГОС ВО по данной образовательной программе.

## **12. ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ДИСТАНЦИОННЫХ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ**

При использовании электронного обучения и дистанционных образовательных технологий (далее ЭО и ДОТ) занятия полностью или частично проводятся в режиме онлайн. Объем дисциплины и распределение нагрузки по видам работ соответствует п. 4.1. Распределение баллов соответствует п. 6.2 либо может быть изменено в соответствии с решением кафедры, в случае перехода на ЭО и ДОТ в процессе обучения. Решение кафедры об используемых технологиях и системе оценивания достижений обучающихся принимается с учетом мнения ведущего преподавателя и доводится до обучающихся.

## **Аннотация к рабочей программе дисциплины**

### **Психология массовых коммуникаций**

образовательной программы высшего образования –  
программы бакалавриата

**42.03.02 – Журналистика**

**Направленность (профиль): Журналистика**

Трудоемкость дисциплины: 43Е (144 академических часа)

Семестр: 6 (очная форма обучения)

Форма промежуточной аттестации: Экзамен

#### **Содержание дисциплины:**

- 1 Понятие, структура и основные характеристики массовой коммуникации
- 2 Массовое сознание как объект деятельности средств массовой коммуникации
- 3 Психологические направления в исследовании массовой коммуникации
- 4 Аудитория как объект воздействия в массовой коммуникации
- 5 Массовая информация в системе массовых коммуникаций
- 6 Психологическая характеристика коммуникатора в системе массовых коммуникаций
- 7 Механизмы воздействия в массовой коммуникации
- 8 Стереотипы, слухи и мифы в массовой коммуникации
- 9 Психологические основы манипуляции