

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Костромской государственный университет»

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Психология массовой коммуникации

Направление подготовки «(37.04.01) Психология»

Направленность «Организационная и консультативная психология»

Квалификация выпускника: Бакалавр

**Кострома,
2020**

Рабочая программа дисциплины "Психология массовой коммуникации" разработана в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом (Приказ Минобрнауки России от 07.08.2014 № 946 "Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 37.03.01 Психология (уровень бакалавриат). Зарегистрировано в Минюсте России 15.10.2014 № 34320)

 Разработал: М.В. Сапоровская, д.псх.н., профессор каф. Общей и соц. психологии, доцент

подпись

Рецензент:
социальной

подпись



Кирпичник Анатолий Григорьевич, профессор каф. Общей и психологии, к.пс.н, профессор.

ПРОГРАММА УТВЕРЖДЕНА:

На заседании кафедры Общей и социальной психологии

Протокол заседания кафедры №11 от 29.04.2020

Заведующий кафедрой: Сапоровская Мария Вячеславовна, д.пс.н., профессор



ПРОГРАММА ПЕРЕУТВЕРЖДЕНА:

На заседании кафедры Общей и социальной психологии

Протокол заседания кафедры №18 от 26.05.2021

Заведующий кафедрой: Сапоровская Мария Вячеславовна, д.пс.н., профессор



ПРОГРАММА ПЕРЕУТВЕРЖДЕНА:

На заседании кафедры Общей и социальной психологии

Протокол заседания кафедры №17 от 25.05.2022

Заведующий кафедрой: Сапоровская Мария Вячеславовна, д.пс.н., профессор



ПРОГРАММА ПЕРЕУТВЕРЖДЕНА:

На заседании кафедры Общей и социальной психологии

Протокол заседания кафедры №14 от 19.04.2023

Заведующий кафедрой: Сапоровская Мария Вячеславовна, д.пс.н., профессор



1. Цели и задачи освоения дисциплины

Цель курса – формирование представлений о психологических аспектах массовой коммуникации, об основных механизмах, функциях и формах массового сознания и современных способах социально-психологического управления массовыми коммуникативными процессами

Задачи курса:

1) создать у бакалавров целостную систему представлений о массовом сознании, его характерных особенностях, способах эффективного воздействия на аудиторию;

2) познакомить с основными направлениями психологических исследований массовой коммуникации, выработать у бакалавров аналитические и интегративные умения, реализовать межпредметные связи с дисциплинами, изучающими рассматриваемые явления (философия, общая психология, социальная психология, социология);

3) сформировать у бакалавров практические умения, связанные с отбором и преобразованием информации, формированием коммуникационного сообщения, учетом требований целевой аудитории в процессе обратной связи; выработать навыки оптимизации коммуникативной деятельности, в том числе аспекте влияния СМИ и взаимодействия со СМИ;

4) привлечь внимание к проблемам современного общества; стимулировать развитие профессиональных интересов, специальных умений; способствовать научно-исследовательской деятельности магистрантов в указанных направлениях

2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине

Знать

Понимать психологические особенности массовой коммуникации в ее различных проявлениях, в контексте корпоративной культуры и корпоративности связей с общественностью,

Уметь

- оценивать факторы, влияющие на психологию процесса массовой коммуникации - анализировать тенденции информационных потоков массовой коммуникации - анализировать контент СМИ и соотносить возможности СМИ для решения задач деятельности в области рекламы и связей с общественностью - анализировать процессы психологического воздействия и влияния информации в условиях массовой коммуникации

Владеть

- конкретным инструментарием, приемами и технологиями в области психологии массовой коммуникации - методами психологии массовой коммуникации при решении социальных и профессиональных задач

освоить компетенции:

ПК-12 - способностью к проведению работ с персоналом организации с целью отбора кадров и создания психологического климата, способствующего оптимизации производственного процесса

2. Место дисциплины в структуре ОП ВО

Дисциплина относится к курсам по выбору в 8 семестре при очной форме обучения и заканчивается зачетом.

Настоящая дисциплина относится к вариативной части и является дисциплиной по выбору. Изучение данной дисциплины базируется на следующих дисциплинах: Введение в профессию, Гендерная психология, Дифференциальная психология

4. Объем дисциплины (модуля)

4.1. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием академических (астрономических) часов и виды учебной работы

Виды учебной работы,	Очная форма
Общая трудоемкость в зачетных единицах	3
Общая трудоемкость в часах	108
Аудиторные занятия в часах, в том числе:	30
Лекции	10
Практические занятия	20
Лабораторные занятия	
Самостоятельная работа в часах	78
Форма промежуточной аттестации	зачет

4.2. Объем контактной работы на 1 обучающегося

Виды учебных занятий	Очная форма
Лекции	10
Практические занятия	20
Лабораторные занятия	
Консультации	0,5
Зачет/зачеты	0,25
Экзамен/экзамены	
Курсовые работы	
Курсовые проекты	
Всего	30,75

5. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам), с указанием количества часов и видов занятий

5.1 Тематический план учебной дисциплины для очной формы обучения

№	Название раздела, темы	Всего з.е./час	Аудиторные занятия			Самостоятельная работа
			Лекц.	Практ.	Лаб.	
1	Предмет, задачи и методы курса. Психология массовых коммуникаций. Массовая коммуникация в контексте психологии.	16	2	4		10
2	Специфика информационного процесса в условиях	16	2	4		10

	массовой коммуникации					
3	Психологические особенности коммуникации	14	2	2		10
4	Установка и стереотип	14	2	2		10
5	Эффективность массовой коммуникации	9	2	2		5
6	Влияние массовой коммуникации на общественное мнение и массовое поведение	16		2		14
7	Слухи как неформальная коммуникация	7		2		5
8	Психологическая детерминированность внушения и убеждения	7		2		5
9	Зачет	9				9
	Итого:	3/108	10	20		78

5.2. Содержание лекционных и практических занятий:

Тема 1. Предмет, задачи и методы курса. Психология массовых коммуникаций. Массовая коммуникация в контексте психологии.

Понятия "массовая коммуникация" (средства массовой коммуникации) и "массовая информация" (средства массовой информации). Социально-психологические теории массовой коммуникации. Массовая коммуникация как явление социальной психологии. Психологический и социально-психологический аспекты изучения массовой коммуникации.

Тема 2. Специфика информационного процесса в условиях массовой коммуникации. Опосредованность передачи информации техническими средствами и отсутствие непосредственной обратной связи в процессе общения. Основные различия коммуникативного процесса в условиях массовой коммуникации и межличностного общения. Методология и методы психологических исследований массовой коммуникации. Психологическая характеристика системы массовой коммуникации и ее составляющих.

Тема 3. Психологические особенности коммуникации. Составные особенности коммуникации. Внимание. Виды внимания. Восприятие. Понятие восприятия. Восприятие как процесс. Внимание к информации и восприятие. Психологические механизмы коммуникативного воздействия на личность и массы. Способы реализации обратной связи, их возможности и особенности. Коммуникатор: психологические аспекты изучения.

Тема 4. Установка и стереотип

Установка. Понятие установки. Физиологическая основа установки. Установка в структуре личности. Иерархия установок. Фиксированная установка. Установка и проблема опережения в средствах массовой коммуникации. Корректирование установки. Психологические средства и функции массовой коммуникации. Структура личности как база восприятия информации.

Тема 5. Эффективность массовой коммуникации. Понятие эффективности, эффекта, действенности (результативности) массовой коммуникации. Барьеры массовой коммуникации. Ожидания и предрасположенность аудитории массовой коммуникации. Критерий эффективности сообщения. Особенности протекания психических процессов в массовой коммуникации. Особенности интереса как фактора коммуникации.

Тема 6. Влияние массовой коммуникации на общественное мнение и массовое поведение. Общественное мнение как продукт средств массовой коммуникации и как

критерии их эффективности. Формы воздействия средств массовой коммуникации на процесс формирования и на функционирование общественного мнения. Система основных принципов психологического воздействия. Общая характеристика психологических методов воздействия.

Тема 7. Слухи как неформальная коммуникация. Слухи. Понятие слуха. Анализ функционирования слухов как способ изучения потока массовой коммуникации внутри аудитории. Лабораторные способы изучения преобразования информации в процессе межличностного общения. Сущностная характеристика массового сознания. Классификация видов масс. Типология и сегментация аудитории.

Тема 8. Психологическая детерминированность внушения и убеждения. Внушение и убеждение в культурно-философском, социально-политическом и психологическом контекстах. Основные функции установок. Установка и проблема опережения в средствах массовой коммуникации. Социальные установки и стереотипы. Общее и особенное в убеждении и внушении как механизмах влияния на людей.

6. Методические материалы для обучающихся по освоению дисциплины

6.1. Самостоятельная работа обучающихся по дисциплине по очной форме (модулю)

№ п/п	Раздел (тема) дисциплины	Задание	Методические рекомендации по выполнению задания	Время выполнения	Форма контроля
1.	Предмет, задачи и методы курса. Психология массовых коммуникаций	Подготовка презентации на тему «Массовые коммуникации в психологии: особенности изучения»	10 слайдов	10	Проверка работ на практическом занятии
2.	Специфика информационного процесса в условиях массовой коммуникации	На примере интернет среды, ТВ продемонстрировать специфику информационного процесса МК	Подобрать пример, демонстрирующий специфику информационного процесса и проанализировать письменно	10	Презентация результатов работы в микрогруппах.
3.	Психологические особенности коммуникации	Доклад на тему «Психология ролевой деятельности участников массовой коммуникации»	Доклад объемом 12 стр с анализом передовых исследований в области МК	10	Проверка рефератов
4.	Установка и стереотип	Реферат «Специфика коммерческого и политического стереотипа – имиджа»	Реферат объемом 12 стр	10	Проверка рефератов
5	Эффективность массовой коммуникации	Создать матрицу индикаторов эффективности	На основе дополнительной литературы выделить индикаторы эффективности МК и создать матрицу для оценки эффективности МК	5	Проверка матриц

№ п/п	Раздел (тема) дисциплины	Задание	Методические рекомендации по выполнению задания	Время выполнения	Форма контроля
		МК			
6	Влияние массовой коммуникации на общественное мнение и массовое поведение	Исследование на тему «Влияние массовой коммуникации на поведение молодежи в условиях политической нестабильности»	Продумать дизайн исследования, цель, выборку, методы. Провести в рабочих группах и проинтерпретировать результаты	14	Проверка письменных работ
7	Слухи как неформальная коммуникация	Дискуссия «Слухи как неформальная коммуникация»	Разбиться на микрогруппы: одна – подбирает аргументы, доказывающие необходимость и пользу слухов, другая - наоборот	5	Взаимопроверка
8	Психологическая детерминированность внушения и убеждения	Разработка упражнений на отработку навыков убеждения	Разработать программу упражнений на отработку навыков убеждения, не менее 10	5	Взаимопроверка
9	Зачет			9	

6.2. Тематика и задания для практических занятий.

7. Перечень основной и дополнительной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

а) основная:

1. **Психология** : учебник для гуманитарных вузов / под ред. В. Н. Дружинина. - 2-е изд. -СПб. : Питер, 2009. - 652, [1] с. - (Серия "Учебник для вузов"). - Библиогр.: с. 633-652. - ISBN 978-5-388-00491-8 : 250.00.

б) дополнительная:

2. **Теория и практика массовой информации**: Учебник / А.А. Марков, О.И. Молчанова, Н.В. Полякова. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 252 с. <http://znanium.com/bookread2.php?book=394706>

3. **Массмедиа в социокультурном пространстве**: Учебное пособие / В.А. Евдокимов. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 224 с. <http://znanium.com/bookread2.php?book=415337>

8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»,

необходимых для освоения дисциплины

Информационно-образовательные ресурсы:

1.<http://www.ipd.ru/>

Институт развития личности РАО

2.<http://www.psy.msu.ru/about/kaf/personal.html>

Кафедра психологии личности факультета психологии МГУ

3.<http://www.edu.ru/>

Федеральный портал «Российское образование»

4.<http://www.gumfak.ru/>

Электронная гуманитарная библиотека

5.<http://www.school.edu.ru>

Российский общеобразовательный портал

6.<http://dictionary.fio.ru>

Психологический энциклопедический словарь

Электронные библиотечные системы:

1.<http://biblioclub.ru/>

Электронная библиотека Костромского государственного университета

2.<http://elibrary.ru/defaultx.asp>

Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU

9. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Для освоения дисциплины необходимы учебные аудитории, оснащенные учебной мебелью и доской (меловой, флипчатом), тренинговый зал, видео-техника. компьютерный класс. Специализированное программное обеспечение не требуется.