

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
Федеральное государственное автономное учреждение  
высшего профессионального образования  
"Казанский (Приволжский) федеральный университет"  
Высшая школа журналистики и медиакоммуникаций



УТВЕРЖДАЮ

Проректор по образовательной деятельности КФУ

Проф. Таюрский Д.А.



\_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

подписано электронно-цифровой подписью

### Программа дисциплины

Психология массовой коммуникации Б1.В.ОД.3

Направление подготовки: 42.03.02 - Журналистика

Профиль подготовки: Периодическая печать

Квалификация выпускника: бакалавр

Форма обучения: заочное

Язык обучения: русский

**Автор(ы):**

Наговицина Т.А.

**Рецензент(ы):**

Фатыхова М.Х.

**СОГЛАСОВАНО:**

Заведующий(ая) кафедрой: Дорозук Е. С.

Протокол заседания кафедры No \_\_\_\_ от " \_\_\_\_ " \_\_\_\_\_ 201\_\_ г

Учебно-методическая комиссия Института социально-философских наук и массовых коммуникаций (Высшая школа журналистики и медиакоммуникаций):

Протокол заседания УМК No \_\_\_\_ от " \_\_\_\_ " \_\_\_\_\_ 201\_\_ г

Регистрационный No 941822417

Казань  
2017

## Содержание

1. Цели освоения дисциплины
2. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы
3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины /модуля
4. Структура и содержание дисциплины/ модуля
5. Образовательные технологии, включая интерактивные формы обучения
6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов
7. Литература
8. Интернет-ресурсы
9. Материально-техническое обеспечение дисциплины/модуля согласно утвержденному учебному плану

Программу дисциплины разработал(а)(и) доцент, к.н. Наговицина Т.А. Кафедра теории и практики электронных средств массовой информации Высшая школа журналистики и медиакоммуникаций, TANagovicina@kpfu.ru

### 1. Цели освоения дисциплины

Целями освоения дисциплины являются:

- изучение места массовых коммуникаций в рамках масс - медиа;
- изучение основных подходов к операционализации (объяснению, определению) понятия "массовые коммуникации";
- знакомство с формами коммуникационного действия (общения);
- выявление психологических особенностей массовых коммуникаций

### 2. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы высшего профессионального образования

Данная учебная дисциплина включена в раздел " Б1.В.ОД.3 Дисциплины (модули)" основной образовательной программы 42.03.02 Журналистика и относится к обязательным дисциплинам. Осваивается на 4 курсе, 8 семестр.

Дисциплина М1.В2 "Психология массовых коммуникаций" относится к общенаучному циклу вариативной части. Осваивается на первом курсе бакалавриата в первом семестре.

### 3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины /модуля

В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции:

Шифр компетенции	Расшифровка приобретаемой компетенции
Ок-14	способность использовать знания в области социальных и экономических наук (социология, политология, психология, социальная психология, правоведение, экономика) для понимания принципов функционирования современного общества, социальных, экономических, правовых, политических, психологических механизмов и регуляторов общественных процессов и отношений, способность анализировать социально значимые проблемы и процессы, умение использовать полученные знания в контексте своей социальной и профессиональной деятельности
ПК-44 (профессиональные компетенции)	осуществлять сбор, анализ предварительной информации, необходимой для разработки медиапроекта
ПК-45 (профессиональные компетенции)	участвовать в разработке и коррекции концепции СМИ (издания, канала, передачи), его модели, формата, разрабатывать авторский медиапроект
ПК-46 (профессиональные компетенции)	принимать участие в текущем планировании деятельности СМИ и планировать собственную работу
ПК-49 (профессиональные компетенции)	обеспечивать (в соответствии с должностными обязанностями) продвижение медиапродукта на информационный рынок, его информационно-рекламную поддержку

В результате освоения дисциплины студент:

1. должен знать:

цели, задачи, предмет курса;

- исходные понятия "массовые коммуникации", "психология массовых коммуникаций";
- место массовых коммуникаций в рамках масс-медиаи.

2. должен уметь:

ориентироваться в основных подходах к операционализации понятия "массовые коммуникации;

- применять полученные теоретические знания на практике;
- разбираться в воздействии манипуляций на сознание человека.

3. должен владеть:

- теоретическими знаниями о психологии массовых коммуникаций;
- навыками грамотного решения вопроса обеспечения информационной безопасности.

4. должен демонстрировать способность и готовность:

применять полученные знания на практике.

**4. Структура и содержание дисциплины/ модуля**

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетных(ые) единиц(ы) 72 часа(ов).

Форма промежуточного контроля дисциплины зачет в 8 семестре.

Суммарно по дисциплине можно получить 100 баллов, из них текущая работа оценивается в 50 баллов, итоговая форма контроля - в 50 баллов. Минимальное количество для допуска к зачету 28 баллов.

86 баллов и более - "отлично" (отл.);

71-85 баллов - "хорошо" (хор.);

55-70 баллов - "удовлетворительно" (удов.);

54 балла и менее - "неудовлетворительно" (неуд.).

**4.1 Структура и содержание аудиторной работы по дисциплине/ модулю**

**Тематический план дисциплины/модуля**

N	Раздел Дисциплины/ Модуля	Семестр	Неделя семестра	Виды и часы аудиторной работы, их трудоемкость (в часах)			Текущие формы контроля
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	
1.	Тема 1. Введение в предмет. Границы понятия "массовая коммуникация".	8		2	2	0	Контрольная работа
2.	Тема 2. Практика и теория массовой коммуникации: научный подход к изучению СМИ Телевидение как социализирующий агент в трех культурах.	8		2	4	0	Коллоквиум

N	Раздел Дисциплины/ Модуля	Семестр	Неделя семестра	Виды и часы аудиторной работы, их трудоемкость (в часах)			Текущие формы контроля
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	
3.	Тема 3. Теории культивирования (Cultivation Theory) и теории социализации. Специфика телевидения стран Европы, США и России	8		2	2	0	Устный опрос
4.	Тема 4. Телеигры в разных странах мира. Защита от манипуляций TV	8		2	2	0	Творческое задание
	Тема . Итоговая форма контроля	8		0	0	0	Зачет
	Итого			8	10	0	

#### 4.2 Содержание дисциплины

##### Тема 1. Введение в предмет. Границы понятия "массовая коммуникация".

###### **лекционное занятие (2 часа(ов)):**

Введение в предмет. СМИ в обществе. Электронные и печатные СМИ. Понятия психология, психология массовых коммуникаций.

###### **практическое занятие (2 часа(ов)):**

Написать эссе на тему: "Нужна ли психология журналисту"

##### Тема 2. Практика и теория массовой коммуникации: научный подход к изучению СМИ Телевидение как социализирующий агент в трех культурах.

###### **лекционное занятие (2 часа(ов)):**

Границы понятия массовая коммуникация. Общие основы исследования СМИ. Важность рейтингов.

###### **практическое занятие (4 часа(ов)):**

Аудитория СМИ и массовые коммуникации. Что такое эмоции. СМИ и чужой эмоциональный опыт. Влияние экономических факторов на содержание сообщений СМИ.

##### Тема 3. Теории культивирования (Cultivation Theory) и теории социализации. Специфика телевидения стран Европы, США и России

###### **лекционное занятие (2 часа(ов)):**

роль телевидения в культуре

###### **практическое занятие (2 часа(ов)):**

Показать на конкретном примере роль телевидения

##### Тема 4. Телеигры в разных странах мира. Защита от манипуляций TV

###### **лекционное занятие (2 часа(ов)):**

Что такое игра

###### **практическое занятие (2 часа(ов)):**

эссе на тему: "как не стать заложником масс-медиа"

#### 4.3 Структура и содержание самостоятельной работы дисциплины (модуля)

N	Раздел Дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды самостоятельной работы студентов	Трудоемкость (в часах)	Формы контроля самостоятельной работы
1.	Тема 1. Введение в предмет. Границы понятия "массовая коммуникация".	8		подготовка к эссе	14	эссе
2.	Тема 2. Практика и теория массовой коммуникации: научный подход к изучению СМИ Телевидение как социализирующий агент в трех культурах.	8		Подготовка к коллоквиуму	14	Коллоквиум
3.	Тема 3. Теории культивирования (Cultivation Theory) и теории социализации. Специфика телевидения стран Европы, США и России	8		Подготовка к устному опросу	12	Устный опрос
4.	Тема 4. Телеигры в разных странах мира. Защита от манипуляций TV	8		Подготовка к творческому заданию	10	Творческое задание
	Итого				50	

## 5. Образовательные технологии, включая интерактивные формы обучения

Освоение дисциплины "Психология массовых коммуникаций" предполагает использование таких традиционных образовательных технологий как лекция и практическое занятие, деловые и ролевые игры. Для выполнения самостоятельных заданий и представления результатов работы на практических занятиях студентам предлагаются мультимедийные технологии, предполагающие использование фото-, аудио- и видеоматериалов по предложенной тематике. Изучение дисциплины "Психология массовых коммуникаций" предполагает проведение "круглого" стола на тему: "Как не стать заложником манипуляций mass media и как обеспечить собственную информационную безопасность".

## 6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов

### Тема 1. Введение в предмет. Границы понятия "массовая коммуникация".

эссе , примерные темы:

1. Психологические основы работы журналиста. 2. Использование понятия ?массовые коммуникации? с когнитивно ?психологической точки зрения.

### Тема 2. Практика и теория массовой коммуникации: научный подход к изучению СМИ Телевидение как социализирующий агент в трех культурах.

Коллоквиум , примерные вопросы:

1. Практика и теория массовой коммуникации: научный подход к изучению СМИ  
2. Американский телевизионный империализм: реальность или вымысел?

### Тема 3. Теории культивирования (Cultivation Theory) и теории социализации. Специфика телевидения стран Европы, США и России

Устный опрос , примерные вопросы:

Сравнительный анализ теории использования и удовлетворения (Uses and Gratifications Theory и теории культивирован

#### **Тема 4. Телеигры в разных странах мира. Защита от манипуляций TV**

Творческое задание , примерные вопросы:

Создать собственную телеигру.

#### **Тема . Итоговая форма контроля**

Примерные вопросы к зачету:

Вопросы к зачету

- 1.Понятия "массовые коммуникации", "Психология массовых коммуникаций".
- 2.Практика и теория массовой коммуникации: научный подход к изучению.
- 3.Влияние СМИ на психику человека.
- 4.Отрицательные эмоции и телевидение.
- 5.Манипулирование зрительским интересом на телевидении.
- 6.Роль деловых и ролевых игр в формировании психологии массовых коммуникаций.
- 7.Отличительные особенности целевой аудитории печатного издания и телеканала (на конкретных примерах).
- 8.Рейтинги программ как индикаторы оценки размеров аудитории.
- 9.Влияние информационных каналов на массовое сознание людей.
- 10.Умение задавать вопросы как показатель психотипа журналиста.
- 11.Формы коммуникативного действия (общения).
12. Место психологии коммуникации в рамках психологических наук.
- 13.Взаимодействие СМИ и аудитории, манипулятивные технологии в системе массовых коммуникаций.
14. Психологическое обеспечение массовых коммуникаций, их использование в политических целях.
15. Массовая коммуникация как особый способ общения отдельных индивидов.
16. Основы теории коммуникаций.
- 17.Истоки социальной коммуникации.
- 18.Массовая коммуникация как социальное явление.
19. Способы передачи и приема информации.
20. Подходы к пониманию сущности массовой информации.
- 21.Развитие современных теорий коммуникации
- 22.Феномен массовой коммуникации.
- 23.Система массовой коммуникации.
- 24.Использование понятия массовые коммуникации с когнитивной психологической точки зрения.
- 25.Коммуникатор и аудитория.
- 26.Коммуникационное сообщение.
- 27.Эффекты массовой коммуникации.
- 28."Эффект бумеранга" и массовая коммуникация.
- 29."эффект ореола" и массовая коммуникация.
- 30.Понятие "Современная массовая коммуникация "

..

24.

### 7.1. Основная литература:

- Колесникова Н. Л. Деловое общение. Business Communication [Электронный ресурс] : учеб. пособие / Н. Л. Колесникова. - 5-е изд., стер. - М.: Флинта, 2012. - 152 с. - ISBN 978-5-89349-521-8// <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=495986>
- Старовойтова, И. А. Ваше мнение [Электронный ресурс] : учеб. пособие по разговорной практике / И. А. Старовойтова. - 6-е изд., стер. - М.: Флинта, 2013. - 288 с. - ISBN 978-5-89349-676-5// <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=463406>
- Константинова, Л. А. Деловая риторика [Электронный ресурс]: учеб. пособие / Л. А. Константинова, Е. П. Щенникова, С. А. Юрманова. - 2-е изд., стер. - М.: ФЛИНТА, 2013. - 304 с. - ISBN 978-5-9765-1346-4// <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=466119>
- Гуськова, С. В. Культура речи журналиста. Практикум для студентов вузов [Электронный ресурс] : учебно-методическое пособие / С. В. Гуськова. - 2-е изд., стер. - М.: ФЛИНТА, 2013. - 97 с. - ISBN 978-5-9765-1679-3//<http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=458087>

### 7.2. Дополнительная литература:

- Речевая коммуникация: Учебник / О.Я. Гойхман, Т.М. Надеина. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: ИНФРА-М, 2006. - 272 с.: 60x90 1/16. - (Высшее образование). (переплет) ISBN 5-16-002657-6, 3000 экз.// <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=109282>
- Соснин В. А. Социальная психология: Учебник / В.А. Соснин, Е.А. Красникова. - 3-е изд. - М.: Форум, 2010. - 336 с. //<http://znanium.com/bookread.php?book=217160>
- Лебедева, Л. В. Социальная психология [Электронный ресурс] : учеб. пособие / Л. В. Лебедева. - М.: ФЛИНТА, 2013. - 229 с. <http://znanium.com/bookread.php?book=466151>
- Цветков, В. Л. Психология конфликта. От теории к практике [Электронный ресурс] : учеб. пособие / В. Л. Цветков. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2013. - 183 с. <http://znanium.com/bookread.php?book=490958>
- Шепель В.М. Имиджелогия: секреты личного обаяния. - Ростов-на-Дону: Феникс, 2005. -472 с. (30 экз.)имеч..?ISBN 978-5-98201-050-6((в пер.)), 500.
- Почебут, Л. Г. Социальные общности. Психология толпы, социума, этноса .? СПб.: Изд-во С.-Петербур. ун-та, 2005. ?287 с. <http://znanium.com/bookread.php?book=457346>
- Ефимова Н. С.Психология общения. Практикум по психологии: Учебное пособие / Н.С. Ефимова. - М.: ИД ФОРУМ: ИНФРА-М, 2010. - 192 с. <http://znanium.com/bookread.php?book=246035>

### 7.3. Интернет-ресурсы:

- социология массовых коммуникаций - <http://rudocs.exdat.com/docs/index-195109.html?page=2>
- психологические эффекты массовых коммуникаций - <http://bibliofond.ru/view.aspx?id=472341>
- психология масс - [http://www.gumer.info/bibliotek\\_Buks/Psihol/olshansk/14.php](http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Psihol/olshansk/14.php)
- психология массовых коммуникаций - <http://evartist.narod.ru/text5/03.htm>
- психология массовых коммуникаций - <http://www.psychological.ru/default.aspx?s=0&p=79&0o1=0&0s1=1>

### 8. Материально-техническое обеспечение дисциплины(модуля)

Освоение дисциплины "Психология массовой коммуникации" предполагает использование следующего материально-технического обеспечения:



Мультимедийная аудитория, вместимостью более 60 человек. Мультимедийная аудитория состоит из интегрированных инженерных систем с единой системой управления, оснащенная современными средствами воспроизведения и визуализации любой видео и аудио информации, получения и передачи электронных документов. Типовая комплектация мультимедийной аудитории состоит из: мультимедийного проектора, автоматизированного проекционного экрана, акустической системы, а также интерактивной трибуны преподавателя, включающей тач-скрин монитор с диагональю не менее 22 дюймов, персональный компьютер (с техническими характеристиками не ниже Intel Core i3-2100, DDR3 4096Mb, 500Gb), конференц-микрофон, беспроводной микрофон, блок управления оборудованием, интерфейсы подключения: USB, audio, HDMI. Интерактивная трибуна преподавателя является ключевым элементом управления, объединяющим все устройства в единую систему, и служит полноценным рабочим местом преподавателя. Преподаватель имеет возможность легко управлять всей системой, не отходя от трибуны, что позволяет проводить лекции, практические занятия, презентации, вебинары, конференции и другие виды аудиторной нагрузки обучающихся в удобной и доступной для них форме с применением современных интерактивных средств обучения, в том числе с использованием в процессе обучения всех корпоративных ресурсов. Мультимедийная аудитория также оснащена широкополосным доступом в сеть интернет. Компьютерное оборудование имеет соответствующее лицензионное программное обеспечение.

Компьютерный класс, представляющий собой рабочее место преподавателя и не менее 15 рабочих мест студентов, включающих компьютерный стол, стул, персональный компьютер, лицензионное программное обеспечение. Каждый компьютер имеет широкополосный доступ в сеть Интернет. Все компьютеры подключены к корпоративной компьютерной сети КФУ и находятся в едином домене.

Учебно-методическая литература для данной дисциплины имеется в наличии в электронно-библиотечной системе "БиблиоРоссика", доступ к которой предоставлен студентам. В ЭБС "БиблиоРоссика" представлены коллекции актуальной научной и учебной литературы по гуманитарным наукам, включающие в себя публикации ведущих российских издательств гуманитарной литературы, издания на английском языке ведущих американских и европейских издательств, а также редкие и малотиражные издания российских региональных вузов. ЭБС "БиблиоРоссика" обеспечивает широкий законный доступ к необходимым для образовательного процесса изданиям с использованием инновационных технологий и соответствует всем требованиям федеральных государственных образовательных стандартов высшего профессионального образования (ФГОС ВПО) нового поколения.

лекционная аудитория с мультимедиапроектором, ноутбуком и экраном и выходом в Интернет.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВПО и учебным планом по направлению 42.03.02 "Журналистика" и профилю подготовки Периодическая печать .

Автор(ы):

Наговицина Т.А. \_\_\_\_\_

"\_\_" \_\_\_\_\_ 201\_\_ г.

Рецензент(ы):

Фатыхова М.Х. \_\_\_\_\_

"\_\_" \_\_\_\_\_ 201\_\_ г.