

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ  
ФЕДЕРАЦИИ  
федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего  
образования  
"САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
АЭРОКОСМИЧЕСКОГО ПРИБОРОСТРОЕНИЯ"

Кафедра № 62

УТВЕРЖДАЮ

Руководитель направления

проф., д.э.н., проф.

(должность, уч. степень, звание)

К.В. Лосев

(инициалы, фамилия)

(подпись)

«14» мая 2021 г

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

«Психология массовых коммуникаций»  
(Наименование дисциплины)


Код направления подготовки/ специальности	42.03.01
Наименование направления подготовки/ специальности	Реклама и связи с общественностью
Наименование направленности	Реклама и связи с общественностью в социально- политической сфере
Форма обучения	очная

Санкт-Петербург– 2021

Лист согласования рабочей программы дисциплины

Программу составил (а)

доцент, к.э.н.  
(должность, уч. степень, звание)



10.05.2021

(подпись, дата)

М.М.Пекарникова

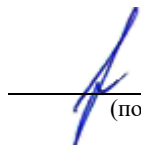
(инициалы, фамилия)

Программа одобрена на заседании кафедры № 62

«12» мая 2021 г, протокол № 10

Заведующий кафедрой № 62

д.э.н., проф.  
(уч. степень, звание)



14.05.2021

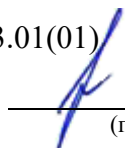
(подпись, дата)

К.В. Лосев

(инициалы, фамилия)

Ответственный за ОП ВО 42.03.01(01)

проф., д.э.н., проф.  
(должность, уч. степень, звание)



14.05.2021

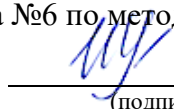
(подпись, дата)

К.В. Лосев

(инициалы, фамилия)

Заместитель декана факультета №6 по методической работе

доц., к.п.н., доц.  
(должность, уч. степень, звание)



14.05.2021

(подпись, дата)

И.М. Евдокимов

(инициалы, фамилия)

## Аннотация

Дисциплина «Психология массовых коммуникаций» входит в образовательную программу высшего образования – программу бакалавриата по направлению подготовки/ специальности 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» направленности «Реклама и связи с общественностью в социально-политической сфере». Дисциплина реализуется кафедрой «№62».

Дисциплина нацелена на формирование у выпускника следующих компетенций:

ОПК-4 «Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности»

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с закономерностями, механизмами и методами воздействия СМИ на личность, а также формирование общей картины взаимодействия со СМИ в рамках осуществления профессиональной деятельности.

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции, практические (семинарские) занятия, самостоятельная работа студента.

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости, промежуточная аттестация в форме экзамена.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 4 зачетных единицы, 144 часа.

Язык обучения по дисциплине «русский»

## 1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине

### 1.1. Цели преподавания дисциплины

Целью преподавания дисциплины «Психология массовых коммуникаций» является формирование у студентов представлений о предмете и методах исследования в психологии массовых коммуникации. В рамках курса рассматривается специфика и каналы массовой коммуникации, теоретические подходы к ее изучению и методы ее исследования, специфика информирования и убеждения в СМК, влияние МК на формирование образа мира, а также направление влияния СМК в отдельных областях (поведении индивида, межгрупповых отношениях, массовых процессах).

В области воспитания личности целью подготовки по данной дисциплине является формирование личностных качеств необходимых для эффективной профессиональной деятельности, таких как целеустремленность, организованность, трудолюбие, профессиональная этика, способность принимать ответственные решения, умение работать в коллективе, творческие способности, коммуникативность.

1.2. Дисциплина входит в состав обязательной части образовательной программы высшего образования (далее – ОП ВО).

1.3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения ОП ВО.

В результате изучения дисциплины обучающийся должен обладать следующими компетенциями или их частями. Компетенции и индикаторы их достижения приведены в таблице 1.

Таблица 1 – Перечень компетенций и индикаторов их достижения

Категория (группа) компетенции	Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции
Общепрофессиональные компетенции	ОПК-4 Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	ОПК-4.3.1 знать соотношение социологических данных с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп ОПК-4.У.1 уметь использовать основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов ОПК-4.В.1 владеть навыками реализации медиа стратегий, связанных с выявленными потребностями общественности

## 2. Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина может базироваться на знаниях, ранее приобретенных обучающимися при изучении следующих дисциплин:

- «Социальная психология»,
- «Философия»,
- «Культурология»,
- «Профессиональная этика и этикет»,
- «Деловые коммуникации»

Знания, полученные при изучении материала данной дисциплины, имеют как самостоятельное значение, так и могут использоваться при изучении других дисциплин:

- «Коммуникационный менеджмент»,
- «Социология массовой коммуникации»,
- «Медиакоммуникации в социально-политической сфере»,
- «Реклама и связи с общественностью в политике»

### 3. Объем и трудоемкость дисциплины

Данные об общем объеме дисциплины, трудоемкости отдельных видов учебной работы по дисциплине (и распределение этой трудоемкости по семестрам) представлены в таблице 2.

Таблица 2 – Объем и трудоемкость дисциплины

Вид учебной работы	Всего	Трудоемкость по семестрам
		№4
1	2	3
<b>Общая трудоемкость дисциплины, ЗЕ/ (час)</b>	4/ 144	4/ 144
<b>Из них часов практической подготовки</b>		
<b>Аудиторные занятия, всего час.</b>	68	68
в том числе:		
лекции (Л), (час)	34	34
практические/семинарские занятия (ПЗ), (час)	34	34
лабораторные работы (ЛР), (час)		
курсовой проект (работа) (КП, КР), (час)		
экзамен, (час)	27	27
<b>Самостоятельная работа, всего (час)</b>	49	49
<b>Вид промежуточной аттестации:</b> зачет, дифф. зачет, экзамен (Зачет, Дифф. зач, Экз.**)	Экз.	Экз.

Примечание: \*\* кандидатский экзамен

### 4. Содержание дисциплины

4.1. Распределение трудоемкости дисциплины по разделам и видам занятий.

Разделы, темы дисциплины и их трудоемкость приведены в таблице 3.

Таблица 3 – Разделы, темы дисциплины, их трудоемкость

Разделы, темы дисциплины	Лекции (час)	ПЗ (СЗ) (час)	ЛР (час)	КР (час)	СРС (час)
Семестр № 4					
Раздел 1. Общее представление о СМИ и их роли в современном обществе.	2	2	0	0	2
Раздел 2. Понятие и виды массовой коммуникации. Особенности и функции массовой коммуникации как	2	2	0	0	2

вида общения.					
Раздел 3. Теоретические подходы к изучению массовой коммуникации. Методы исследования массовой коммуникации.	2	4	0	0	3
Раздел 4. История научных исследований медиавоздействия.	2	2	0	0	4
Раздел 5. Механизмы и методы воздействия в средствах массовой коммуникации.	2	2	0	0	10
Раздел 6. Воздействие СМК на когнитивные процессы. Убеждение в СМИ. Особенности информирования в СМК.	2	2	0	0	5
Раздел 7. Воздействие СМК на эмоциональные процессы. Развлечения в СМК. Удовлетворение потребности в аффилиации с помощью СМК.	4	2	0	0	2
Раздел 8. Влияние СМК на поведение личности. Проблема демонстрации агрессии в СМК.	4	2	0	0	5
Раздел 9. Создание образа мира с помощью СМК.	2	2	0	0	2
Раздел 10. Влияние СМК на межгрупповые отношения.	2	2	0	0	2
Раздел 11. Влияние СМК на массовые и политические процессы.	2	2	0	0	5
Раздел 12. Психология восприятия телевидения.	2	2	0	0	2
Раздел 13. Психология восприятия радио.	2	2	0	0	2
Раздел 14. Психология восприятия печатных СМИ.	2	2	0	0	2
Раздел 15. Интернет как СМК.	2	4	0	0	5
Текущий контроль	0	0	0	0	0
Итого в семестре:	34	34	0	0	49
Итого:	34	34	0	0	49

Практическая подготовка заключается в непосредственном выполнении обучающимися определенных трудовых функций, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

#### 4.2. Содержание разделов и тем лекционных занятий.

Содержание разделов и тем лекционных занятий приведено в таблице 4.

Таблица 4 – Содержание разделов и тем лекционного цикла

Номер раздела	Название и содержание разделов и тем лекционных занятий
1	<b>Общее представление о СМИ и их роли в современном обществе.</b> Определение понятия СМИ. Какие качественные и количественные характеристики определяют СМИ. Значение и роль СМИ в жизни современного общества. Особенности и функции СМИ. Виды СМИ и их особенности.
2	<b>Понятие и виды массовой коммуникации. Особенности и функции массовой коммуникации как вида общения.</b> Понятие массовой коммуникации. Особенности массовой коммуникации как вида общения. Сравнение межличностной и массовой коммуникации. Специфика представленности трех сторон общения (коммуникативной, социально-перцептивной, интерактивной) в массовой коммуникации. Виды СМИ и их особенности. Особенности новых коммуникативных технологий по сравнению с традиционными: интерактивность, индивидуальность, асинхронность. Транзактная медийная коммуникация. Особенности коммуникации в компьютерных сетях. Функции СМК (социальные, социально-психологические, психологические).
3	<b>Теоретические подходы к изучению массовой коммуникации. Методы исследования массовой коммуникации.</b> Теоретические подходы к изучению психологии СМК: бихевиоральный - теория социального научения; когнитивно-ориентированный подход (теории культивирования и социализации; конструктивистская теория; модель навязывания повестки дня; теория прайминга; теории структурного баланса и их использование в исследованиях масс-медиа. Основные направления исследований СМК. Исследования особенностей коммуникатора, реципиента, сообщения. Оценка содержания МК; оценка продолжительности воздействия; оценка последствий воздействия. Основные методы исследования МК и особенности их применения: наблюдение, опрос (анкетирование и интервью; фокус-группа как разновидность интервью), контент-анализ, тестирование, эксперимент.
4	<b>История научных исследований медиавоздействия.</b> Интерес к медиавоздействию в обществе. Пионеры научных исследований медиавоздействия и их основные идеи: К. Ховленд, П. Лазарсфельд, Г. Лассуэлл, К. Левин, С. Стауффер, Д. Уэплс. Современные исследования и дальнейшие перспективы.

5	<p><b>Механизмы и методы воздействия в средствах массовой коммуникации.</b> Воздействие СМИ на аттитюды. Изменение аттитюдов. Социально-психологические способы воздействия в СМИ и особенности их использования. Убеждающее воздействие в СМИ. Использование законов научения в СМИ. Воздействие на психофизиологическом уровне. Способы повышения эффективности воздействия в СМИ. Характеристики аудитории, способствующие повышению эффективности воздействия МК. Характеристики коммуникатора (компетентность, искренность, надежность, принадлежность к меньшинству или большинству, ингруппе или аутгруппе, личная и внешняя привлекательность, количество коммуникаторов; «спящий» эффект). Взаимосвязь между коммуникатором и аудиторией: соотношение и отношения между ними, сходство их позиций. Особенности сообщения, способствующие его принятию аудиторией: вербальные особенности: последовательность сообщений, структура сообщения, тип (двух и односторонняя) и последовательность аргументации в сообщении; описание иных вариантов развития событий, вопросы, повторения, готовые варианты решения, иллюзия выбора, скрытая демонстрация коммуникатора перед сообщением, юмор; лексика (примеры, поговорки, сравнения, метафоры и синонимы) и грамматика (объяснительные конструкции, активный / пассивный залог) сообщений; диалог. Графическое изображение: размещение на странице, размещение в газете, шрифт, цвет, графическое оформление. Особенности канала. Степень осознания людьми влияния СМК: эффект «третьей стороны». Манипулятивное воздействие в СМИ. Реклама как форма манипулятивного воздействия в СМИ. Патогенное воздействие СМИ на личность.</p>
6	<p><b>Воздействие СМК на когнитивные процессы. Убеждение в СМИ. Особенности информирования в СМК.</b> Информирование в СМК. Распространение новых идей и знаний с помощью СМК. Теория диффузии инноваций. Категории людей, принимающих инновации. Процессы распространения и принятия инноваций. Диффузия новостей. Убеждение с помощью СМК. Модели убеждения. Матричная модель Мак-Гуайра, теория когнитивного ответа, модель вероятности сознательной обработки информации, Модель обдуманного действия и обоснованного поведения, Модель автоматической активации. Информационные кампании в СМИ. Цели и методы информационных кампаний, стратегии содействия изменениям. Теоретические основы информационных кампаний. Принципы успешной информационной кампании.</p>
7	<p><b>Воздействие СМК на эмоциональные процессы. Развлечения в СМК. Удовлетворение потребности в аффилиации с помощью СМК.</b> Структура образа мира. Механизмы формирования образа мира. Процесс формирования образа мира. Воздействие продукции МК на процесс категоризации. Формирование прототипов и схем под воздействием СМИ. Влияние информационных и образовательных передач на формирование образа мира. Влияние новостных передач. Виды новостей. Содержание новостей. Главные и второстепенные признаки новостей, искажения новостей. Структура новостей. Приемы подачи новостей (приемы интерпретации событий, устойчивые формы сообщений, циклы освещения проблемы). Параметры и условия эффективности новостей. Восприятие предубежденности новостей. Влияние эффекта прайминга на восприятие новостей.</p>
8	<p><b>Влияние СМК на поведение личности. Проблема демонстрации агрессии в СМК.</b> Виды эмоций и их связь с медиапродукцией. Роль идентификации и эмпатии при восприятии продуктов МК. Страх и тревога, вызванные медиапродукцией. Роль фильмов ужасов и передач, вызывающих страх. Гипотеза</p>



	<p>катарсиса. Возрастные и половые различия в восприятии пугающих сцен. Копинг-стратегии в отношении страха. Роль развлекательных передач. Психотерапевтическая роль СМИ. Фильмотерапия. Релаксация с помощью СМИ. Особенности использования юмора в МК. Роль юмористических передач в современном обществе. Удовлетворение потребностей с помощью СМИ (потребности в любви, признании, аффилиации, повышении самооценки, самоутверждении, разрядка сексуальной и агрессивной напряженности, и др.).</p>
9	<p><b>Создание образа мира с помощью СМК.</b> Моделирование поведения с помощью МК. Проблема влияния сцен секса и насилия на поведение аудитории. Психоаналитическая модель катарсиса. Необихевиоральная модель социального научения. Эксперименты А.Бандуры. Эмоциональные последствия демонстрации агрессии в СМК: страх (источники и длительность, условия возникновения, возрастная динамика, стратегии совладания, способы коррекции), отвращение, удовольствие, катарсис. Когнитивные и поведенческие последствия, связанные с агрессией: злость, усвоение моделей агрессивного поведения (стадии изучения, прямое и опосредованное влияние агрессии в СМК), снятие запретов, упрощение стратегий для оценки поведения агрессора, десенсибилизация, приписывание провокатору негативных намерений и эмоций; желание наказать провокатора / преступника; изменение образа реальности. Иные когнитивные и поведенческие последствия: привлечение внимания, любопытство; игнорирование подробностей события; усвоение гендерных ролей, самоубийства. Моделирование социально одобряемого поведения с помощью СМК. Социальная реклама и кампании социального маркетинга, их роль в формировании адаптивного поведения. Направления кампаний: развитие когнитивных процессов и коммуникативных навыков, здоровый образ жизни, безопасность, защита окружающей среды, представления о семье. Позитивные эффекты социального маркетинга, проведение кампаний. Условия эффективности кампаний и образовательных передач.</p>
10	<p><b>Влияние СМК на межгрупповые отношения.</b> Формирование представления об угрозе (теория авторитарной личности) и конкуренции (теория реального конфликта), а также социальной идентичности (теория социальной идентичности) посредством СМК. Стереотипы и предрассудки, их формирование посредством СМК. Динамика изображения меньшинств в СМК. Устойчивость стереотипов и возможности их изменения посредством СМК. Гипотеза контакта и условия ее выполнения. Модель межгруппового контакта Т. Петтигрю. Роль СМК в оптимизации межгруппового контакта.</p>
11	<p><b>Влияние СМК на массовые и политические процессы.</b> Направления влияния СМК: формирование имиджа политических деятелей, влияние на избирательную активность, определение приоритетных политических событий, формирование представлений о политических событиях, формирование представлений о причинах социальных проблем, дезинформация противника во время боевых действий, воздействие на военнопленных, провокация массового поведения. Функции и типы слухов, вероятность их возникновения, направления работа с ним. Особенности восприятия телевидения в контексте психологического знания. Эффективность телевизионной рекламы. Факторы эффективности.</p>
12	<p><b>Психология восприятия телевидения.</b> Направления влияния СМК: формирование имиджа политических деятелей, влияние на избирательную активность, определение приоритетных политических событий, формирование представлений о политических событиях, формирование представлений о причинах социальных проблем, дезинформация противника во время боевых действий, воздействие на военнопленных, провокация массового поведения. Функции и типы слухов, вероятность их возникновения, направления работа с</p>

	ним. Особенности восприятия телевидения в контексте психологического знания. Эффективность телевизионной рекламы. Факторы эффективности.
<b>13</b>	<b>Психология восприятия радио.</b> Особенности восприятия Радио в контексте психологического знания. Эффективность Радиорекламы. Факторы эффективности.
<b>14</b>	<b>Психология восприятия печатных СМИ.</b> Особенности восприятия Печати в контексте психологического знания. Эффективность рекламы в Печати. Факторы эффективности.
<b>15</b>	<b>Интернет как СМК.</b> Личность и межличностное взаимодействие в сети Internet. Особенности Интернета как средства массовой коммуникации. Интерактивность, гипертекстуальность, мультимедийность, трансграничность.

#### 4.3. Практические (семинарские) занятия

Темы практических занятий и их трудоемкость приведены в таблице 5.

Таблица 5 – Практические занятия и их трудоемкость

№ п/п	Темы практических занятий	Формы практических занятий	Трудоемкость, (час)	Из них практической подготовки, (час)	№ раздела дисциплины
Семестр 4					
1	Общее представление о СМИ и их роли в современном обществе	Семинар: выступления с сообщениями по вопросам практического занятия, групповая дискуссия.	2	-	1
2	Понятие и виды массовой коммуникации. Особенности и функции массовой коммуникации как вида общения.	Семинар: выступления с сообщениями по вопросам практического занятия, групповая дискуссия.	2	-	2
3	Теоретические подходы к изучению массовой коммуникации. Методы исследования массовой коммуникации.	Семинар: выступления с сообщениями по вопросам практического занятия, групповая дискуссия.	4	-	4

4	История научных исследований медиавоздействия	Семинар: выступления с сообщениями по вопросам практического занятия, групповая дискуссия.	2	-	4
5	Механизмы и методы воздействия в средствах массовой коммуникации	Семинар: выступления с сообщениями по вопросам практического занятия, групповая дискуссия.	1	-	6
6	Воздействие СМК на когнитивные процессы. Убеждение в СМИ. Особенности информирования в СМК	Семинар: выступления с сообщениями по вопросам практического занятия, групповая дискуссия.	2	-	6
7	Воздействие СМК на эмоциональные процессы. Развлечения в СМК. Удовлетворение потребности в аффилиации с помощью СМК	Семинар: выступления с сообщениями по вопросам практического занятия, групповая дискуссия.	2	-	7
8	Влияние СМК на поведение личности. Проблема демонстрации агрессии в СМК	Семинар: выступления с сообщениями по вопросам практического занятия, групповая дискуссия.	2	-	8
9	Создание образа мира с помощью СМК	Семинар: выступления с сообщениями по вопросам практического занятия, групповая дискуссия.	2	-	9
10	Влияние СМК	Семинар:	2	-	10

	на межгрупповые отношения	выступления с сообщениями по вопросам практического занятия, групповая дискуссия.			
11	Влияние СМИ на массовые и политические процессы	Семинар: выступления с сообщениями по вопросам практического занятия, групповая дискуссия.	1	-	11
12	Психология восприятия телевидения	Семинар: выступления с сообщениями по вопросам практического занятия, групповая дискуссия.	2	-	12
13	Психология восприятия радио	Семинар: выступления с сообщениями по вопросам практического занятия, групповая дискуссия.	2	-	13
14	Психология восприятия печатных СМИ	Семинар: выступления с сообщениями по вопросам практического занятия, групповая дискуссия.	2	-	14
15	Интернет как СМИ	Семинар: выступления с сообщениями по вопросам практического занятия, групповая дискуссия.	4	-	15
Всего:			34	-	

#### 4.4. Лабораторные занятия

Темы лабораторных занятий и их трудоемкость приведены в таблице 6.

Таблица 6 – Лабораторные занятия и их трудоемкость

№ п/п	Наименование лабораторных работ	Трудоемкость, (час)	Из них практической подготовки, (час)	№ раздела дисциплины
Учебным планом не предусмотрено				
Всего				

#### 4.5. Курсовое проектирование/ выполнение курсовой работы

Учебным планом не предусмотрено

#### 4.6. Самостоятельная работа обучающихся

Виды самостоятельной работы и ее трудоемкость приведены в таблице 7.

Таблица 7 – Виды самостоятельной работы и ее трудоемкость

Вид самостоятельной работы	Всего, час	Семестр 4, час
1	2	3
Изучение теоретического материала дисциплины (ТО)	30	30
Курсовое проектирование (КП, КР)	-	-
Расчетно-графические задания (РГЗ)	-	-
Выполнение реферата (Р)	-	-
Подготовка к текущему контролю успеваемости (ТКУ)	4	4
Домашнее задание (ДЗ)	10	10
Контрольные работы заочников (КРЗ)	-	-
Подготовка к промежуточной аттестации (ПА)	5	5
Всего:	49	49

#### 5. Перечень учебно-методического обеспечения

для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся указаны в п.п. 7-11.

#### 6. Перечень печатных и электронных учебных изданий

Перечень печатных и электронных учебных изданий приведен в таблице 8.

Таблица 8– Перечень печатных и электронных учебных изданий

Шифр/ URL адрес	Библиографическая ссылка	Количество экземпляров в библиотеке (кроме электронных экземпляров)
<a href="https://new.znaniium.com/catalog/product/1038937">https://new.znaniium.com/catalog/product/1038937</a>	Бакулев, Г.П. Массовая коммуникация: западные теории и	

	концепции : учеб. пособие для студентов вузов / Г.П. Бакулев. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Аспект Пресс, 2016. — 192 с. - ISBN 978-5-7567-0795-3. - Текст : электронный. - URL:	
<a href="https://new.znaniium.com/catalog/product/1048186">https://new.znaniium.com/catalog/product/1048186</a>	Руденко, А. М. Психология массовых коммуникаций : учебник / А.М. Руденко, А.В. Литвинова; под ред. А.М. Руденко. — Москва. : РИОР : ИНФРА-М, 2020. — 303 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — <a href="https://doi.org/10.12737/23673">https://doi.org/10.12737/23673</a> . - ISBN 978-5-16-102644-1. - Текст : электронный. - URL:	
<a href="https://new.znaniium.com/catalog/product/1093511">https://new.znaniium.com/catalog/product/1093511</a>	Шарков, Ф. И. Коммуникология: основы теории коммуникации : учебник для бакалавров / Ф. И. Шарков. — 5-е изд., стер. — Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2020. - 488 с. - ISBN 978-5-394-03544-9. - Текст : электронный. - URL:	
<a href="https://new.znaniium.com/catalog/product/1038950">https://new.znaniium.com/catalog/product/1038950</a>	Вирен, Г. Современные медиа: приемы информационных войн : учеб. пособие для студентов вузов / Г. Вирен. — Москва : Аспект Пресс, 2017. - 128 с. - ISBN 978-5-7567-0824-0. - Текст : электронный. - URL:	

#### 7. Перечень электронных образовательных ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

Перечень электронных образовательных ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины приведен в таблице 9.

Таблица 9 – Перечень электронных образовательных ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

URL адрес	Наименование
<a href="http://lib.aanet.ru/">http://lib.aanet.ru/</a>	Электронные ресурсы ГУАП
<a href="https://e.lanbook.com/">https://e.lanbook.com/</a>	ЭБС «Лань»
<a href="http://znaniium.com/">http://znaniium.com/</a>	ЭБС «ZNANIUM»

#### 8. Перечень информационных технологий

8.1. Перечень программного обеспечения, используемого при осуществлении образовательного процесса по дисциплине.

Перечень используемого программного обеспечения представлен в таблице 10.

Таблица 10– Перечень программного обеспечения

№ п/п	Наименование
	Не предусмотрено

8.2. Перечень информационно-справочных систем,используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

Перечень используемых информационно-справочных систем представлен в таблице 11.

Таблица 11– Перечень информационно-справочных систем

№ п/п	Наименование
	Не предусмотрено

## 9. Материально-техническая база

Состав материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине, представлен в таблице12.

Таблица 12 – Состав материально-технической базы

№ п/п	Наименование составной части материально-технической базы	Номер аудитории (при необходимости)
1	Учебная аудитории для проведения занятий лекционного типа – укомплектована специализированной (учебной) мебелью, набором демонстрационного оборудования и учебно-наглядными пособиями, обеспечивающими тематические иллюстрации, соответствующие рабочим учебным программам дисциплин (модулей).	
2	Учебная аудитории для проведения занятий семинарского типа - укомплектована специализированной (учебной) мебелью, техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации.	
3	Помещение для самостоятельной работы – укомплектовано специализированной (учебной) мебелью, оснащено компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечено доступом в электронную информационно-образовательную среду организации	
4	Учебная аудитория для текущего контроля и промежуточной аттестации - укомплектована специализированной (учебной) мебелью, техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации.	

## 10. Оценочные средства для проведения промежуточной аттестации

10.1. Состав оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине приведен в таблице 13.

Таблица 13 – Состав оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Вид промежуточной аттестации	Перечень оценочных средств
Экзамен	Список вопросов к экзамену;

10.2. В качестве критериев оценки уровня сформированности (освоения) компетенций обучающимися применяется 5-балльная шкала оценки сформированности компетенций, которая приведена в таблице 14. В течение семестра может использоваться 100-балльная шкала модульно-рейтинговой системы Университета, правила использования которой, установлены соответствующим локальным нормативным актом ГУАП.

Таблица 14 –Критерии оценки уровня сформированности компетенций

Оценка компетенции 5-балльная шкала	Характеристика сформированных компетенций
«отлично» «зачтено»	<ul style="list-style-type: none"> <li>– обучающийся глубоко и всесторонне усвоил программный материал;</li> <li>– уверенно, логично, последовательно и грамотно его излагает;</li> <li>– опираясь на знания основной и дополнительной литературы, тесно привязывает усвоенные научные положения с практической деятельностью направления;</li> <li>– умело обосновывает и аргументирует выдвигаемые им идеи;</li> <li>– делает выводы и обобщения;</li> <li>– свободно владеет системой специализированных понятий.</li> </ul>
«хорошо» «зачтено»	<ul style="list-style-type: none"> <li>– обучающийся твердо усвоил программный материал, грамотно и по существу излагает его, опираясь на знания основной литературы;</li> <li>– не допускает существенных неточностей;</li> <li>– увязывает усвоенные знания с практической деятельностью направления;</li> <li>– аргументирует научные положения;</li> <li>– делает выводы и обобщения;</li> <li>– владеет системой специализированных понятий.</li> </ul>
«удовлетворительно» «зачтено»	<ul style="list-style-type: none"> <li>– обучающийся усвоил только основной программный материал, по существу излагает его, опираясь на знания только основной литературы;</li> <li>– допускает несущественные ошибки и неточности;</li> <li>– испытывает затруднения в практическом применении знаний направления;</li> <li>– слабо аргументирует научные положения;</li> <li>– затрудняется в формулировании выводов и обобщений;</li> <li>– частично владеет системой специализированных понятий.</li> </ul>
«неудовлетворительно» «не зачтено»	<ul style="list-style-type: none"> <li>– обучающийся не усвоил значительной части программного материала;</li> <li>– допускает существенные ошибки и неточности при рассмотрении проблем в конкретном направлении;</li> <li>– испытывает трудности в практическом применении знаний;</li> <li>– не может аргументировать научные положения;</li> <li>– не формулирует выводов и обобщений.</li> </ul>

10.3. Типовые контрольные задания или иные материалы.

Вопросы (задачи) для экзамена представлены в таблице 15.

Таблица 15 – Вопросы (задачи) для экзамена

№ п/п	Перечень вопросов (задач) для экзамена	Код индикатора
1	Место психологии массовых коммуникаций в социальной психологии, средства массовой коммуникации в парадигме социальной психологии.	ОПК-4.3.1
2	Социальные функции массовой коммуникации.	ОПК-4.3.1
3	Предпосылки возникновения психологии массовых коммуникаций: проблема личности и массы (конец XIX	ОПК-4.3.1



	века).	
4	Массовая и элитарная культура: понятие, признаки, функции.	ОПК-4.3.1
5	Модель очень сильного воздействия СМИ (первая треть XX века).	ОПК-4.3.1
6	Модель ограниченного воздействия СМИ (30-е – 60-е гг. XX века).	ОПК-4.3.1
7	Модель умеренного воздействия СМИ (60-е – 70-е гг. XX века).	ОПК-4.3.1
8	Модель сильного воздействия СМИ (80-е гг. XX века).	ОПК-4.3.1
9	Психология слухов. Виды слухов. Особенности распространения слухов.	ОПК-4.3.1
10	Психология паники.	ОПК-4.3.1
11	Бихевиоризм в анализе МК.	ОПК-4.3.1
12	Основные виды последствий воздействия СМИ на аудиторию.	ОПК-4.3.1
13	Значение авторитета и престижа источника массовой коммуникации.	ОПК-4.У.1
14	Преимущества и недостатки телевидения как средства массовой информации.	ОПК-4.У.1
15	Преимущества и недостатки радио как разновидности СМИ.	ОПК-4.У.1
16	Отличия в восприятии устной, визуальной и аудиоинформации и их влияние на эффективность коммуникации.	ОПК-4.У.1
17	Интернет как новая коммуникационная среда.	ОПК-4.У.1
18	М. Маклюэн о «горячих» и «холодных» СМИ.	ОПК-4.У.1
19	Психологические особенности телевизионного, радио и интернет общения.	ОПК-4.У.1
20	Особенности подготовки текста для Интернет-СМИ.	ОПК-4.В.1
21	Новости, определение и основные характеристики значимого события.	ОПК-4.В.1
22	Память. Факторы, влияющие на эффективность процесса запоминания.	ОПК-4.В.1
23	Новости, определение и основные характеристики значимого события.	ОПК-4.В.1
24	Эмоциональная сторона восприятия СМИ.	ОПК-4.В.1
25	Особенности когнитивистской теории в анализе МК и ее отличия от бихевиоризма.	ОПК-4.В.1
26	Манипулятивное общение в межличностной и массовой коммуникации.	ОПК-4.В.1
27	Эффекты массовой коммуникации на индивидуальном и групповом уровне.	ОПК-4.В.1
28	Барьеры массовой коммуникации.	ОПК-4.В.1
29	Способы влияния пропаганды на индивида и социальные группы.	ОПК-4.В.1
30	Психологическое изучение пропаганды.	ОПК-4.В.1

Вопросы (задачи) для зачета / дифф. зачета представлены в таблице 16.  
Таблица 16 – Вопросы (задачи) для зачета / дифф. зачета

№ п/п	Перечень вопросов (задач) для зачета / дифф. зачета	Код
-------	---	-----

		индикатора
	Учебным планом не предусмотрено	

Перечень тем для курсового проектирования/выполнения курсовой работы представлены в таблице 17.

Таблица 17 – Перечень тем для курсового проектирования/выполнения курсовой работы

№ п/п	Примерный перечень тем для курсового проектирования/выполнения курсовой работы
	Учебным планом не предусмотрено

Вопросы для проведения промежуточной аттестации в виде тестирования представлены в таблице 18.

Таблица 18 – Примерный перечень вопросов для тестов

№ п/п	Примерный перечень вопросов для тестов	Код индикатора

Перечень тем контрольных работ по дисциплине обучающихся заочной формы обучения, представлены в таблице 19.

Таблица 19 – Перечень контрольных работ

№ п/п	Перечень контрольных работ
	Не предусмотрено

10.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания индикаторов, характеризующих этапы формирования компетенций, содержатся в локальных нормативных актах ГУАП, регламентирующих порядок и процедуру проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся ГУАП.

## 11. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Целью преподавания дисциплины «Психология массовых коммуникаций» является формирование у студентов представлений о предмете и методах исследования в психологии массовых коммуникации. В рамках курса рассматривается специфика и каналы массовой коммуникации, теоретические подходы к ее изучению и методы ее исследования, специфика информирования и убеждения в СМК, влияние МК на формирование образа мира, а также направление влияния СМК в отдельных областях (поведении индивида, межгрупповых отношениях, массовых процессах).

### 11.1 Методические указания для обучающихся по освоению лекционного материала

Основное назначение лекционного материала – логически стройное, системное, глубокое и ясное изложение учебного материала. В учебном процессе лекция выполняет методологическую, организационную и информационную функции. Лекция раскрывает понятийный аппарат конкретной области знания, её проблемы, дает цельное представление о дисциплине, показывает взаимосвязь с другими дисциплинами.

#### Планируемые результаты при освоении обучающимся лекционного материала:

– получение целостных и взаимосвязанных знаний о познавательных процессах, эмоциональной и мотивационной сферах личности, механизмах возникновения новых форм поведения; индивидуальными различиями в психической деятельности и закономерностях ее развития;

- развитие профессионально–деловых качеств, любви к предмету и самостоятельного творческого мышления.

- появление необходимого интереса, необходимого для самостоятельной работы;
- получение точного понимания всех необходимых терминов и понятий.

Структура предоставления лекционного материала: соответствует содержанию дисциплины (таблица 4).

### **11.2 Методические указания для обучающихся по прохождению практических занятий**

Практическое занятие является одной из основных форм организации учебного процесса, заключающаяся в выполнении обучающимися под руководством преподавателя комплекса учебных заданий с целью усвоения научно-теоретических основ учебной дисциплины, приобретения умений и навыков, опыта творческой деятельности.

Целью практического занятия для обучающегося является привитие обучающемуся умений и навыков практической деятельности по изучаемой дисциплине.

Планируемые результаты при освоении обучающимся практических занятий:

- закрепление, углубление, расширение и детализация знаний при решении конкретных задач;
- овладение способами воздействия на психическое состояние свое и других людей;
- овладение методами психологического анализа событий и ситуаций обыденной жизни;
- развитие познавательных способностей, самостоятельности мышления, творческой активности;
- обеспечение рационального сочетания коллективной и индивидуальной форм обучения.

Практические занятия по психологии массовых коммуникаций проводятся в виде семинаров. Семинар предназначается для углубленного изучения проблематики курса и овладения её методологией.

При подготовке к семинарскому занятию по теме прослушанной лекции студенту необходимо ознакомиться с планом его проведения, с литературой и научными публикациями по теме семинара.

Во время семинара после выступления студента по заранее проработанному вопросу по теме семинара начинается дискуссия. Во время дискуссии преподаватель и группа задаёт выступающему вопросы по теме выступления. Рейтинговая оценка выступающего зависит от степени проработки литературы и источников по теме выступления, самостоятельности изложения проблемы, культуры речи, способности выделять главное, отвечать на поставленные вопросы.

### **11.3 Методические указания для обучающихся по прохождению самостоятельной работы**

В ходе выполнения самостоятельной работы обучающийся выполняет работу по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия.

В процессе выполнения самостоятельной работы, у обучающегося формируется целесообразное планирование рабочего времени, которое позволяет им развивать умения и навыки в усвоении и систематизации приобретаемых знаний, обеспечивает высокий уровень успеваемости в период обучения, помогает получить навыки повышения профессионального уровня.

Порядок и трудоемкость освоения тем курса студентами в рамках самостоятельной работы обозначены в таблице 2 данной РПД. Виды самостоятельной работы студентов и их трудоемкость обозначены в таблице 6 данной РПД. Домашние задания предполагают подготовку докладов по темам, соответствующим тематике практических занятий (см.

таблицу 4), и выполняются студентами в личных кабинетах в АИС ГУАП (<http://students.guap.ru/>).

#### **11.4 Методические указания для обучающихся по прохождению промежуточной аттестации**

Промежуточная аттестация обучающихся предусматривает оценивание промежуточных и окончательных результатов обучения по дисциплине. Она включает в себя:

– экзамен – форма оценки знаний, полученных обучающимся в процессе изучения всей дисциплины или ее части, навыков самостоятельной работы, способности применять их для решения практических задач. Экзамен, как правило, проводится в период экзаменационной сессии и завершается аттестационной оценкой «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

Система оценок при проведении промежуточной аттестации осуществляется в соответствии с требованиями Положений «О текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации студентов ГУАП, обучающихся по программы высшего образования» и «О модульно-рейтинговой системе оценки качества учебной работы студентов в ГУАП».

Лист внесения изменений в рабочую программу дисциплины

Дата внесения изменений и дополнений. Подпись внесшего изменения	Содержание изменений и дополнений	Дата и № протокола заседания кафедры	Подпись зав. кафедрой