

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



УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной и научной работе

*А.В. Лейфа* А.В. Лейфа

«19» мая 2020 г.

## РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

### ПСИХОЛОГИЯ МАССОВОЙ КОМУНИКАЦИИ

Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью  
Квалификация выпускника – бакалавр  
Год набора – 2020  
Форма обучения – очная  
Курс – 3 Семестр – 5  
Зачет – 5 семестр (0,2 акад. час.)  
Лекции 34 (акад. час.)  
Практические занятия 16 (акад. час.)  
Самостоятельная работа 57,8 (акад. час.)  
Общая трудоемкость дисциплины 108 (акад. час.), 3 (з.е.)

Составитель Н.А. Кора, доцент, канд. псих. наук  
Факультет социальных наук  
Кафедра психологии и педагогики

2020 г.

Рабочая программа составлена на основании Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденного приказом Министерства образования и науки РФ от 08 июня 2017 г. № 512

Рабочая программа обсуждена на заседании кафедры психологии и педагогики  
«18» 05 2020г., протокол № 9  
Заведующий кафедрой \_\_\_\_\_ / А.В. Лейфа  
(подпись, ФИО)

СОГЛАСОВАНО  
Учебно-методическое управление  
\_\_\_\_\_  
(подпись) Н.А. Чалкина  
«18» 05 2020 г.

СОГЛАСОВАНО  
Выпускающая кафедра  
\_\_\_\_\_  
(подпись) / Е.Г. Иващенко  
«18» 05 2020 г.

СОГЛАСОВАНО  
Научная библиотека  
\_\_\_\_\_  
(подпись)  
«18» 05 2020 г.

СОГЛАСОВАНО  
Центр информационных и образовательных технологий  
\_\_\_\_\_  
(подпись)  
«18» 05 2020 г.

## 1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

**Цели дисциплины:** дать общее понятие о психологических закономерностях и особенностях протекания процессов массовой коммуникации в современных условиях.

**Задачи дисциплины:**

усвоение знаний, связанных с выявлением роли массовой коммуникации в моделировании социально-психологических процессов;

приобретение студентами умений использования психологических методик в ходе сбора информации, создания журналистского текста, установления контакта с аудиторией;

овладение навыками, способствующими оптимизации управления своим психологическим состоянием и реализации отношений с окружающими людьми.

## 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП ВО

Дисциплина «Психология массовой коммуникации» входит в блок обязательных дисциплин.

Курс органично связан с другими дисциплинами учебного плана, непосредственно с курсами «Конфликтология», «Социология», «Основы теории коммуникации», «Профессиональная этика». Освоение данной дисциплины необходимо как предшествующая для следующих дисциплин: социология массовой коммуникации, менеджмент в профессиональной деятельности.

## 3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ И ИНДИКАТОРЫ ИХ ДОСТИЖЕНИЯ

В процессе освоения данной дисциплины студент формирует и демонстрирует следующие компетенции:

### 3.1. Универсальные компетенции и индикаторы их достижения

Категория (группа) универсальных компетенций	Код и наименование универсальной компетенции	Код и наименование индикатора достижения универсальной компетенции
Командная работа и лидерство	УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	ИД-1 <small>УК-3</small> Определяет свою роль в социальном взаимодействии и командной работе, исходя из стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели ИД-2 <small>УК-3</small> При реализации своей роли в социальном взаимодействии и командной работе учитывает особенности поведения и интересы других участников; ИД-3 <small>УК-3</small> Анализирует возможные последствия личных действий в социальном взаимодействии и командной работе, и строит продуктивное взаимодействие с учетом этого; ИД-4 <small>УК-3</small> Осуществляет обмен информацией, знаниями и опытом с членами команды; оценивает идеи других членов команды для достижения поставленной цели; ИД-5 <small>УК-3</small> Соблюдает нормы и установленные правила командной работы; несет личную ответственность за результат.

### 3.2. Общепрофессиональные компетенции и индикаторы их достижения

Категория (группа) общепрофессиональных компетенций	Код и наименование общепрофессиональной компетенции	Код и наименование индикатора достижения общепрофессиональной компетенции
Эффекты	ОПК-7. Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	ИД-1 оПК-7 Знает цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности ИД-2 оПК-7 Осуществляет отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом

### 4. МАТРИЦА КОМПЕТЕНЦИЙ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ СМ. СТАНДАРТ

Темы дисциплины	Компетенции	
	УК-3	ОПК-7
Массовые коммуникации как объект психологического исследования	+	+
Воздействие в массовых коммуникациях	+	+
Массовые коммуникации и личность	+	+
Массовые коммуникации и общество	+	+

### 5. СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единицы, 108 академических часа.

№ п/п	Раздел дисциплины	Семестр	Виды контактной работы и трудоемкость (в академических часах)			Контроль (в акад. час)	Самостоятельная работа (в акад. час)	Формы текущего контроля успеваемости
			Л	ПЗ	КТО			
1	2	3	4	5	6	7	8	9
1	Массовые коммуникации как объект психологического исследования	5	6	4			14,4	Экспресс-опрос Оценка рефератов
2	Воздействие в массовых коммуникациях	5	8	4			14,4	Тест
3	Массовые коммуникации и личность	5	10	4			14,5	Коллоквиум
4	Массовые коммуникации и общество	5	10	4			14,5	Контрольная работа
5	Зачет	5			0,2			
	Итого		34	16	0,2		57,8	
							Всего	108 акад. час, 3 з.е.

Л – лекция, ПЗ – практическое занятие, КТО – контроль теоретического обучения,

## 6. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### 5.1. Лекции

№ п/п	Наименование темы	Содержание темы
1	Массовые коммуникации как объект психологического исследования	Массовые коммуникации как социально-психологический феномен. Понятие и виды массовых коммуникаций. Особенности и функции массовых коммуникаций как вида общения. Теоретические подходы к исследованию массовых коммуникаций в психологии. Методы исследования массовых коммуникаций.
2	Воздействие в массовых коммуникациях	Понятие, структура и виды психологического воздействия. Механизмы и методы психологического воздействия в массовых коммуникациях.
3	Массовые коммуникации и личность	Воздействие средств массовых коммуникаций на когнитивную сферу личности: формирование с их помощью образа мира. Воздействие средств массовых коммуникаций на эмоциональную сферу.
4	Массовые коммуникации и общество	Воздействие средств массовых коммуникаций на межгрупповые отношения. Воздействие средств массовых коммуникаций на общественно-политические процессы.

### 6.2. Практические занятия

№ п/п	Наименование темы	Содержание темы
1	Массовые коммуникации как объект психологического исследования	Модели массовых коммуникаций. Средства массовых коммуникаций. Методы исследования и психологической экспертизы продуктов массовых коммуникаций.
2	Воздействие в массовых коммуникациях	Эффекты воздействия массовых коммуникаций. Проблема психологической безопасности воздействия массовых коммуникаций.
3	Массовые коммуникации и личность	Воздействие средств массовых коммуникаций на поведение личности. Проблема последствий воздействия массовых коммуникаций на личность и общество.
4	Массовые коммуникации и общество	Воздействие средств массовых коммуникаций на массовые и политические процессы. Воздействие средств массовых коммуникаций на межгрупповые отношения.

### 7. Самостоятельная работа

№ п/п	Наименование темы (раздела)	Форма (вид) самостоятельной работы	Трудоёмкость в акад. часах
1	Массовые коммуникации как объект психологического исследования	Подготовка к экспресс-опросам Подготовка к практическим занятиям	14,4
2	Воздействие в массовых коммуникациях	Подготовка к экспресс-опросам Подготовка к практическим занятиям	14,4
3	Массовые коммуникации и личность	Подготовка к экспресс-опросам Подготовка к практическим занятиям	14,5
4	Массовые коммуникации и общество	Подготовка к экспресс-опросам Подготовка к практическим занятиям	14,5
Итого			57,8

### 8. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

В рамках технологического подхода будут использованы следующие технологии:

- классическое лекционно-семинарское обучение: информационная лекция, проблемная

лекция, лекция-визуализация; развернутая беседа, система семинарских докладов, семинар-дискуссия;

- обучение с помощью аудиовизуальных средств (мультимедиа);

- система «малых групп»;

- «рецензирование» выступлений студентами;

- мастер-классы с экспертами (специалистами);

- информационные технологии (компьютерное тестирование, электронные учебные издания, обучающие тренажерные программы, видеоконференции, обсуждения в блоге преподавателя).

Наименование темы (раздела)	Образовательная технология
Массовые коммуникации как объект психологического исследования	информационная лекция, система докладов, проблемная лекция, развернутая беседа, работа в полемических группах.
Воздействие в массовых коммуникациях	информационная лекция, система докладов, проблемная лекция, развернутая беседа, система «малых групп», дискуссия
Массовые коммуникации и личность	информационная лекция, система докладов, проблемная лекция, развернутая беседа, работа в полемических группах.
Массовые коммуникации и общество	информационная лекция, система докладов, проблемная лекция, развернутая беседа, дискуссия.

## 9. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

Оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости находятся в фонде оценочных средств по дисциплине «Психология массовой коммуникации».

Вопросы к зачету (5 семестр):

Межличностная и массовая коммуникация: сходство и различия.

Виды каналов массовых коммуникаций. Структура массовых коммуникаций.

Функции массовых коммуникаций в современном обществе.

Бихевиоральные теории массовых коммуникаций.

Когнитивно-ориентированные теории массовых коммуникаций.

Теории баланса в исследованиях массовых коммуникаций.

Использование психоаналитических моделей в массовых коммуникациях.

Методы и направления исследований массовой коммуникации.

Социально-психологические механизмы воздействия массовых коммуникаций.

Использование законов научения в массовых коммуникациях.

Манипулятивное воздействие в массовых коммуникациях.

Приемы манипулятивного воздействия, используемые в рекламе.

Особенности коммуникатора, повышающие эффективности воздействия массовой коммуникации.

Особенности сообщения, повышающие эффективность воздействия массовых коммуникаций.

Воздействие средств массовой коммуникации на когнитивные процессы.

Формирование образа мира с помощью средств массовой коммуникации.

Специфика новостных сообщений в средствах массовой коммуникации и их эффективность.

Влияние средств массовой коммуникации на эмоциональные процессы.

Влияние средств массовой коммуникации на поведение аудитории.

Последствия демонстрации агрессии в средствах массовой коммуникации, условия ее влияния.

Последствия демонстрации откровенных сексуальных материалов в средствах массовой коммуникации.

Моделирование социально-одобряемого поведения с помощью средств массовой коммуникации.

Роль средств массовой коммуникации в оптимизации межгрупповых отношений.

Направление влияния средств массовой коммуникации в сфере политики.

Формирование имиджа политика с помощью средств массовой коммуникации.

Влияние средств массовой коммуникации на массовые процессы.

Методы психологической экспертизы продукции массовых коммуникаций.

## 10. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### *а) основная литература:*

1. *Виноградова, С. М.* Психология массовой коммуникации : учебник для бакалавров / С. М. Виноградова, Г. С. Мельник. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 512 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3446-5. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <http://www.biblio-online.ru/bcode/425883>.

*Гулевич, О. А.* Психология массовой коммуникации: от газет до интернета : учебник для вузов / О. А. Гулевич. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 264 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12406-4. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <http://www.biblio-online.ru/bcode/457242>

### *б) дополнительная литература:*

*Антонова, Н. В.* Психология массовых коммуникаций : учебник и практикум для вузов / Н. В. Антонова. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 373 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00520-2. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <http://www.biblio-online.ru/bcode/450026>.

*Гуревич, П. С.* Социология и психология рекламы в 2 т. Том 1 : учебное пособие для вузов / П. С. Гуревич. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 289 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-09048-2. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <http://www.biblio-online.ru/bcode/456202>.

*Гуревич, П. С.* Социология и психология рекламы в 2 т. Том 2 : учебное пособие для вузов / П. С. Гуревич. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 236 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-09484-8. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <http://www.biblio-online.ru/bcode/456205>.

*Душкина, М. Р.* Психология влияния в деловом общении и социальных коммуникациях : учебник для вузов / М. Р. Душкина. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 228 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12475-0. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <http://www.biblio-online.ru/bcode/457269>

*Лебон, Г.* Психология масс / Г. Лебон ; переводчик Э. К. Пименова, А. Фридман. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 264 с. — (Антология мысли). — ISBN 978-5-534-09319-3. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <http://www.biblio-online.ru/bcode/456133>.

*Садовская, В. С.* Основы коммуникативной культуры. Психология общения : учебник и практикум для вузов / В. С. Садовская, В. А. Ремизов. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 169 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-06390-5. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <http://www.biblio-online.ru/bcode/452115>

### *б) программное обеспечение и Интернет-ресурсы*

№ п/п	Наименование ресурса	Краткая характеристика
1	Электронная библиотечная система «IPRbooks» <a href="http://www.iprbookshop.ru">www.iprbookshop.ru</a>	В ЭБС предоставлен доступ к изданиям по всем основным направлениям знаний (естественным, техническим, медицинским, общественным и гуманитарным наукам). ЭБС предназначена для ис-

№ п/п	Наименование ресурса	Краткая характеристика
		пользования в процессе обучения в высшей школе, как студентами и преподавателями, так и специалистами
2	Электронная библиотечная система «Юрайт» <a href="https://www.biblio-online.ru/">https://www.biblio-online.ru/</a>	Фонд электронной библиотеки составляет более 4000 наименований и постоянно пополняется новинками, в большинстве своем это учебники и учебные пособия для всех уровней профессионального образования от ведущих научных школ с соблюдением требований новых ФГОСов.

#### в) Профессиональные базы данных и информационные справочные системы

№	Адрес	Название, краткая характеристика
	<a href="https://minobrnauki.gov.ru/">https://minobrnauki.gov.ru/</a>	Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
	<a href="http://fgosvo.ru/">http://fgosvo.ru/</a>	Портал Федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования.
	<a href="http://www.edu.ru/index.php">http://www.edu.ru/index.php</a>	Российское образование. Федеральный портал
	<a href="http://window.edu.ru">http://window.edu.ru</a>	Единое окно доступа к образовательным ресурсам
	<a href="http://pravo.fso.gov.ru/">http://pravo.fso.gov.ru/</a>	Официальный интернет-портал правовой информации Государственная система правовой информации
	<a href="https://www.consultant.ru/">https://www.consultant.ru/</a>	База данных законодательства РФ «Консультант Плюс»: кодексы, законы, указы, постановления Правительства РФ
	<a href="https://scholar.google.ru/">https://scholar.google.ru/</a>	Google Scholar — поисковая система по полным текстам научных публикаций всех форматов и дисциплин.
	<a href="https://elibrary.ru/">https://elibrary.ru/</a>	Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU - российский информационно-аналитический портал в области науки, технологии, медицины и образования
	<a href="https://www.runnet.ru">https://www.runnet.ru</a>	RUNNet (Russian UNiversity Network) - научно-образовательная телекоммуникационная сеть, обеспечивающая интеграцию с зарубежными научно-образовательными сетями (National Research and Education Networks, NREN) и с Интернет.
	<a href="http://www.humanities.edu.ru/">http://www.humanities.edu.ru/</a>	Федеральный портал "Социально-гуманитарное и политологическое образование" -
	<a href="http://neicon.ru">http://neicon.ru</a>	Полнотекстовый архив ведущих западных научных журналов на российской платформе Национального электронно-информационного консорциума (НЭИКОН)
	<a href="http://www.multitran.ru/">http://www.multitran.ru/</a>	Мультитран. Информационная справочная система «Электронные словари»
	<a href="http://www.ict.edu.ru/about">http://www.ict.edu.ru/about</a>	Информационно-коммуникационные технологии в образовании - федеральный образовательный портал.
	<a href="http://ecsocman.hse.ru">http://ecsocman.hse.ru</a>	Экономика. Социология. Менеджмент. Федеральный образовательный портал



№	Адрес	Название, краткая характеристика
	<a href="http://conflictmanagement.ru/">http://conflictmanagement.ru/</a>	Московская школа конфликтологии. Сайт для профессионалов-конфликтологов.

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

Используются: Мульти медиа проектор, набор слайдов и кинофильмов, ноутбук.

Занятия проводятся в специальных помещениях, представляющих собой учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации. Материально-техническая база соответствует действующим санитарным и противопожарным правилам и нормам.

Самостоятельная работа обучающихся осуществляется в помещениях, оснащенных компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета.

Студенты имеют доступ к электронно-библиотечной системе университета, в том числе и удаленный.

