



**МИНОБРНАУКИ РОССИИ**

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования

**«ИРКУТСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

ФГБОУ ВО «ИГУ»

**Отделение ИФИЯМ «Высшая школа журналистики и медиапроизводства»**



Директор ИФИЯМ ИГУ М.Б. Гашлыкова

«12» февраля 2024 г.

**Рабочая программа дисциплины (модуля)**

**Б1.О.29. ПСИХОЛОГИЯ МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ**

Направление подготовки **42.03.02 Журналистика**

Направленность (профиль) подготовки:

**Международная журналистика**

Квалификация (степень) выпускника **бакалавр**

Форма обучения **очная**

Согласовано с УМК ИФИЯМ ИГУ

Протокол №\_6\_от «12»\_февраля\_2024 г.

Председатель Михалева О.Л.

Рекомендовано отделением  
ВШЖМ:

Протокол № 6 от «09» февраля 2024 г.

Руководитель отделения  
А.В. Гимельштейн

Иркутск 2024 г.

## Содержание

	стр.
I. Цели и задачи дисциплины (модуля)	3
II. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП ВО	3
III. Требования к результатам освоения дисциплины (модуля)	4
IV. Содержание и структура дисциплины (модуля)	7
4.1. Содержание дисциплины, структурированное по темам, с указанием видов учебных занятий и отведенного на них количества академических часов	7
4.2. План внеаудиторной самостоятельной работы обучающихся по дисциплине	8
4.3. Содержание учебного материала	8
4.3.1. Перечень семинарских, практических занятий, лабораторных работ	9
4.3.2. Перечень тем (вопросов), выносимых на самостоятельное изучение студентами в рамках самостоятельной работы (СРС)	9
4.4. Методические указания по организации самостоятельной работы студентов	10
4.5. Примерная тематика курсовых работ (проектов) (при наличии)	10
V. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля):	12
а) перечень литературы;	12
б) периодические издания;	12
в) список авторских методических разработок;	12
г) базы данных, информационно-справочные и поисковые системы.	12
VI. Материально-техническое обеспечение дисциплины	12
6.1. Учебно-лабораторное оборудование;	12
6.2. Программное обеспечение;	13
6.3. Технические и электронные средства	13
III. Образовательные технологии	14
III. Оценочные материалы для текущего контроля и промежуточной аттестации	14

## **I. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ:**

**Цель курса** «Психология массовых коммуникаций» состоит в том, чтобы дать целостное представление о теоретических и практических основах психологии, об универсальных, современных и специфичных тенденциях, определяющих специфику психологии массовых коммуникаций. Предполагается дать понятие о психологических особенностях протекания массовой коммуникации, сформировать практические навыки выстраивания взаимоотношений журналиста и его аудитории

### **Задачи:**

1. Осмыслить психологические аспекты функционирования массовой информации в обществе в условиях глобализации и выявить современные проблемы медиапсихологии.
2. Рассмотреть психические процессы, характерные для профессиональной деятельности журналистов и специалистов сферы коммуникаций: потребности, мотивы.
3. Исследовать механизмы создания профессионального образа, т.е. рассмотреть понятие и процесс профессиональной самоидентификации.
4. Изучить основные характеристики личности журналиста через систему ценностей, представляющую профессию.
5. Рассмотреть особенности восприятия информации, текста, коммуникатора массовой аудиторией.
6. Ознакомить студентов с основными механизмами профессионального общения и закрепить навыки эффективного общения.

## **II. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО**

2.1. Учебная дисциплина «Психология массовых коммуникаций» (Б1.О.29) относится к базовой части блока Б1. профессиональных дисциплин ОПОП подготовки бакалавров по направлению 42.03.02 Журналистика. Курс рассчитан на подготовку студентов-бакалавров, в рамках базовой части изучающих дисциплины профессиональной направленности.

2.2. Данная дисциплина изучается на пятом семестре (третий курс) и опирается на дисциплины «Профессиональная этика журналиста», «Коммуникативные технологии медиасферы»

2.3. Дисциплина «Психология массовых коммуникаций» является предшествующей для дисциплин «Основы рекламы и публич рилейшнз», «Экономика и менеджмент СМИ», профессионально-творческих практикумов и освоения дисциплин профилизации.

## **III. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**

Процесс освоения дисциплины «Психология массовых коммуникаций» направлен на формирование компетенций в соответствии с ФГОС ВО и ОП ВО по направлению подготовки 42.03.02 (Журналистика), профиль «Международная журналистика»:

### **Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с индикаторами достижения компетенций**

<b>Компетенция</b>	<b>Индикаторы компетенций</b>	<b>Результаты обучения</b>
--------------------	-------------------------------	----------------------------

УК-3	<p><b>ИДК-1</b> Определяет стратегию сотрудничества для достижения поставленной цели, осуществляет социальное взаимодействие с аудиторией.</p> <p><b>ИДК-2</b> Работает в команде, реализует свою роль в команде во взаимодействии с другими членами команды для достижения поставленной задачи.</p>	<p><b>Знает:</b> основные теории, проблемы, содержание основных категорий психологии журналистского творчества, психологические эффекты коммуникации, психологические аспекты природы лидерства;</p> <p><b>Умеет:</b> опираться на знание психологических аспектов коммуникации в ходе профессиональной деятельности журналиста ;</p> <p><b>Владеет:</b> способностью творчески использовать психологические эффекты коммуникации в ходе профессиональной деятельности журналиста</p>
УК-6	<p><b>ИДК-4</b> Взаимодействует с объектами профессиональной деятельности с учётом их социокультурных особенностей в целях успешного выполнения профессиональных задач</p>	<p><b>Знает:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- теоретические основы, особенности, правила и приемы социального взаимодействия в команде;</li> <li>- основные понятия и методы конфликтологии, особенности поведения различных групп общества, с которым осуществляется взаимодействие, учитывать их в своей деятельности;</li> <li>- основные теории мотивации, лидерства, стили лидерства и возможности их применения в различных ситуациях.</li> </ul> <p><b>Умеет:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- устанавливать и поддерживать контакты, обеспечивающие успешную работу в коллективе;</li> <li>- применять основные методы и нормы социального взаимодействия для реализации своей роли и взаимодействия внутри команды.</li> </ul> <p><b>Владеет:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- простейшими методами и приемами социального взаимодействия и работы в команде</li> </ul>
ОПК-4 Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной	ИДК-4.2. (по направлению подготовки "Журналистика") Учитывает основные характеристики целевой	<p><b>Знает:</b> Тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования;</p> <p><b>Умеет:</b></p>

деятельности	аудитории при создании журналистских текстов и (или) продуктов	<p>Осуществлять свои профессиональные действия с учетом механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы;</p> <p>видеть нарушения профессиональной этике в собственной и чужой журналистской практике.</p> <p><b>Владеет:</b></p> <p>Способами разрешения этических конфликтов в профессиональной сфере.</p>
ОПК-7 Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	ИДК-7.2 (по направлению подготовки "Журналистика") Осуществляет поиск корректных творческих приемов при сборе, обработке и распространении информации в соответствии с общепринятыми стандартами и правилами профессии журналиста	<p><b>Знает:</b></p> <p>Основные принципы теории социальной ответственности;</p> <p>понимает обязанности журналиста перед аудиторией и обществом.</p> <p><b>Умеет:</b></p> <p>Учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности;</p> <p>уважать свою аудиторию, при работе пользоваться только этически допустимыми методами получения информации и взаимодействия с героями публикации;</p> <p>взаимодействовать с коллективом редакции, соблюдая корпоративную и служебную этику.</p> <p><b>Владеет:</b></p> <p>Корректными приемами сбора, обработки и распространения информации в соответствии с общепринятыми этическими стандартами и правилами профессии журналиста.</p>

#### IV. СОДЕРЖАНИЕ И СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

Трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетных единицы, 72 часов,  
в том числе \_\_\_\_\_ зачетных единиц, \_\_\_\_\_ часов на экзамен (отсутствует)

Из них реализуется с использованием электронного обучения и дистанционных образовательных технологий \_\_\_ часов

Из них \_\_\_\_\_ часов – практическая подготовка

##### 4.1 Содержание дисциплины, структурированное по темам, с указанием видов учебных занятий и отведенного на них количества академических часов

№ п/п	Раздел дисциплины/темы	Семестр	Всего часов	Из них практическая подготовка обучающихся	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся и трудоемкость (в часах)			Самостоятельная работа	Формы текущего контроля успеваемости; Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
					Контактная работа преподавателя с обучающимися				
					Лекции	Практические занятия	Консультации и		
1	Психология массовых коммуникаций как научно-практическая дисциплина, ее место в системе современной сфере коммуникаций. деятельности	5			2	2		6	Семинар
2	Социально-психологические особенности аудитории СМИ. Психологические эффекты массовой и межличностной коммуникации	5			4	4		6	Семинар
3	Психологические закономерности восприятия сообщений. Публика и толпа. Роль журналиста в создании общества публики.	5			4	4		8	Семинар
4	Создание профессионального образа специалиста сферы коммуникаций. Селфбрендинг.	5			4	4		8	Семинар
5	Психологические аспекты феномена слухов. Роль СМИ в слуховой коммуникации.	5			4	4		8	Семинар
<b>Итого часов</b>					<b>18</b>	<b>18</b>		<b>36</b>	<b>Зачет</b>

#### 4.2 План внеаудиторной самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

Семестр	Название раздела, темы	Самостоятельная работа обучающихся			Оценочное средство	Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы
		Вид самостоятельной работы	Сроки выполнения	Затраты времени (час.)		
5	Психология массовых коммуникаций как научно-практическая дисциплина, ее место в системе современной сфере коммуникаций. деятельности	Подготовка к семинару	1-2 нед.	6	Семинар	Булатова С.Н. Лисицина Я.Ю. Коммуникация: эффекты, слухи, знаки. Иркутск, 2019
5	Социально-психологические особенности аудитории СМИ. Психологические эффекты массовой и межличностной коммуникации	Подготовка к семинару	1-2 нед.	6	Семинар	Булатова С.Н. Лисицина Я.Ю. Коммуникация: эффекты, слухи, знаки. Иркутск, 2019
5	Психологические закономерности восприятия сообщений. Публика и толпа. Роль журналиста в создании общества публики.	Подготовка к семинару	1-2 нед.	8	Семинар	Булатова С.Н. Лисицина Я.Ю. Коммуникация: эффекты, слухи, знаки. Иркутск, 2019
5	Создание профессионального образа специалиста сферы коммуникаций. Селфбрендинг.	Подготовка к семинару	1-2 нед.	8	Семинар	Булатова С.Н. Лисицина Я.Ю. Коммуникация: эффекты, слухи, знаки. Иркутск, 2019
5	Психологические аспекты феномена слухов. Роль СМИ в слуховой коммуникации.	Подготовка к семинару	1-2 нед.	8	Семинар	Булатова С.Н. Лисицина Я.Ю. Коммуникация: эффекты, слухи, знаки. Иркутск, 2019
Общий объем самостоятельной работы по дисциплине (час)				<b>36</b>		
<b>Из них объем самостоятельной работы с использованием электронного обучения и дистанционных образовательных технологий (час)</b>				<b>36</b>		

### 4.3 Содержание учебного материала

#### 1. ПСИХОЛОГИЯ МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ КАК НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКАЯ ДИСЦИПЛИНА, ЕЕ МЕСТО В СИСТЕМЕ СОВРЕМЕННОЙ СФЕРЕ КОММУНИКАЦИЙ.

Психологические и социально-психологические аспекты функционирования массовой информации в обществе. СМИ и новая информационная реальность. Психологические и социально-психологические теории и журналистика. Психология массовых коммуникаций как научно-практическая дисциплина. Предмет и задачи психологии массовых коммуникаций. История изучения. Основные принципы и проблематика психологии массовых коммуникаций. Психологическая и социально-психологическая составляющая функций СМИ.

Психология массовых коммуникаций в системе современной массово-коммуникационной деятельности. Понятия информации (массовой информации) и коммуникации (массовой коммуникации). Функции и роль массовой коммуникации в обществе и в процессах психосоциальной адаптации. Массовая коммуникация как явление социальной психологии (двухступенчатый характер массовой коммуникации, лидеры мнения, влияние группы). Потребность человека и общества в общении. Коммуникация как фактор общения (психологический и социальный контакт, обмен знаковой информацией). Массовая коммуникация и основные психологические проблемы общения больших социальных групп. Каналы массовой коммуникации. Современные тенденции развития СМИ и проблема психологического одиночества. Творчество журналиста как социальный диалог.

#### 2. СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ АУДИТОРИИ СМИ. ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ЭФФЕКТЫ МАССОВОЙ И МЕЖЛИЧНОСТНОЙ КОММУНИКАЦИИ

Влияние средств массовой коммуникации на поведение людей. Эффект Вертера. Психологические эффекты, «ловушки», парадоксы коммуникации: понятие, общая характеристика, классификация. Эффекты СМИ и кино: Зейгарник-эффект (использование на ТВ/РВ), эффект нимба, эффект бумеранга, «ловушка выжившего», «ловушка доступности», эффект Кулешова. Другие психологические эффекты коммуникации: эффект аудитории (эффект фасилитации), эффект края, эффект новизны, парадокс выбора.

#### 3. ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ЗАКОНОМЕРНОСТИ ВОСПРИЯТИЯ СООБЩЕНИЙ. ПУБЛИКА И ТОЛПА. РОЛЬ ЖУРНАЛИСТА В СОЗДАНИИ ОБЩЕСТВА ПУБЛИКИ

Социальная психология о лидерах и толпе. Гюстав Лебон «Психология народов и масс»: о мотивах поведения людей и причинах исторических событий. Внушение как способ мгновенно увлечь толпу. Харизма – феномен групповой психологии. Харизматические лидеры. Способы действия лидера по увлечению толпы идеями: утверждение, повторение, заражение. Современные технологии заражения: психологический эффект прайминга, эффект повального увлечения. Эффект прайминга как объект теории медиавоздействия. Габриэль Тард «Мнение и толпа»: публика как духовная общность, роль СМИ в создании общества публики. Поведение человека в толпе: психологический эффект свидетеля. Классификации толп.

#### 4. ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗА СПЕЦИАЛИСТА СФЕРЫ КОММУНИКАЦИЙ. СЕЛФБРЕНДИНГ.

Журналист как коммуникатор. Психология мышления и творчества. Формирование имиджа и амплуа журналиста. Харизма специалиста сферы коммуникаций. Особенности восприятия коммуникатора аудиторией (идентификация,



перцептивная теория личности, межличностные отношения). Профессионально-творческие качества и социальные роли журналиста. Коммуникабельность, умение ориентироваться в обстановке, оперативность, высокая степень освоения профессиональных и специальных умений и навыков. Компетентность, широта кругозора, способность к импровизации, хорошее владение литературным языком, устной речью и т.д. и т.п. Имидж коммуникатора в восприятии аудитории. Социальный имидж и редакционное амплу журналиста.

#### 5. ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ФЕНОМЕНА СЛУХОВ. РОЛЬ СМИ В СЛУХОВОЙ КОММУНИКАЦИИ.

Взаимовлияние СМИ и устной коммуникации. Информационное обеспечение событий как эффективный способ предотвращения слухов в обществе. . Психологические функции слухов. Руморология как наука о слухах. Классификации слухов. Сферы функционирования слухов. Создание и распространение слухов. Миф как основа слуха. Каналы распространения слухов. Трансформация слуха. Слухи в сфере коммуникаций: молва, вирусный маркетинг, базз-маркетинг. Профилактика слухов и борьба со слухами в кризисной ситуации.

#### 4.3.1. Перечень семинарских, практических занятий и лабораторных работ

п/п	№ раздела и темы дисциплины (модуля)	Наименование семинаров, практических и лабораторных работ	Трудоемкость (час.)	Оценочные средства	Формируемые компетенции
	2	3	4	5	6
1	1	Психология массовых коммуникаций в системе современной массово-коммуникационной деятельности	2	Семинар	УК-3; УК-6; ОПК-4; ОПК-7
2	2	Психологические эффекты массовой и межличностной коммуникации.	4	Семинар	УК-3; УК-6; ОПК-4; ОПК-7
3	3	Публика и толпа: психологические эффекты прайминга, повального увлечения, свидетеля.	4	Семинар	УК-3; УК-6; ОПК-4; ОПК-7
4	4	Технологии селфбрендинга: самопрезентация, самореклама, самомаркетинг	4	Семинар	УК-3; УК-6; ОПК-4; ОПК-7
5	5	Психологические функции слухов.	4	Семинар	УК-3; УК-6; ОПК-4; ОПК-7

--	--	--	--	--	--

#### 4.3.2. Перечень тем (вопросов), выносимых на самостоятельное изучение студентами в рамках самостоятельной работы (СРС)

п/п	Тема	Задание	Формируемая компетенция	ИДК
1	Психологические эффекты массовой и межличностной коммуникации. Эффекты СМИ и кино.	Подготовка к тестированию	УК-3; УК-6;	ИДК-1 ИДК-4
2	Создание профессионального образа журналиста. Селфбрендинг, его составляющие.	Подготовка к тестированию	ОПК-4; ОПК-7	ИДК-4.2 ИДК -7.2
3	Слухи как явление коммуникации. Психологические функции слухов. Роль СМИ в устной коммуникации.	Работа по карточкам: придумать сюжеты слухов на заданные темы.	УК-3; УК-6;	ИДК-1 ИДК-4

#### 4.4. Методические указания по организации самостоятельной работы студентов

Семинар – это средство контроля усвоения учебного материала темы, раздела или разделов дисциплины, организованное как учебное занятие в виде собеседования преподавателя со студентами. Для подготовки к семинару студенты должны внимательно изучить и по возможности законспектировать рекомендуемую литературу, устно или письменно ответить на предлагаемые вопросы.

Тест – это проверка теоретических знаний по дисциплине. Для подготовки к тесту студенты должны повторить конспекты лекций и изучить обязательную литературу по дисциплине.

Зачет – это итоговая проверка знаний по дисциплине. Для подготовки к зачету студенты должны внимательно повторить конспекты лекций и практических занятий, изучить обязательную литературу, по возможности — дополнительную.

#### 4.5. Примерная тематика курсовых работ (проектов) (при наличии)

Курсовые работы по данной дисциплине учебным планом не предусмотрены.

## V. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

### а) перечень литературы

#### основная литература

1. Мельник Г.С. Общение в журналистике: секреты мастерства / Г. С. Мельник. - 2-е изд., перераб. - СПб. : Питер, 2008. - 234 с. : ил. ; 20 см. - Библиогр.: с. 229-234. - ISBN 978-5-91180-470-1 : всего 21
2. Олешко, В.Ф. Психология журналистики [Текст]: учеб. пособие / В. Ф. Олешко ; Уральский гос. ун-т. - Екатеринбург : Горизонт, 2007. - 303 с.; 21 см. - ISBN 5-7525-1536. 15 экз.
3. Олешко В.Ф. Психология журналистики: учебник и практикум для академического бакалавриата [Текст]: учеб. пособие / В. Ф. Олешко ; Уральский гос. ун-т. - Екатеринбург : Горизонт, 2016.
4. Самарцев О.Р. Творческая деятельность журналиста [Текст] : очерки теории и практики: Учеб.-метод. пособие / О. Р. Самарцев. - 2-е изд. - М. : Академ. проект : Гаудеамус, 2009. - 527 с. ; 21 см. - (Gaudeamus). - Библиогр. в конце глав. - ISBN 978-5-8291-1102-1 : 193.00 р. Экз. всего 28
5. Петрунин Ю.Ю. Этика бизнеса [Текст] : учебник / Ю. Ю. Петрунин, В. К. Борисов ; Московский гос. ун-т им. М. В. Ломоносова. - 4-е изд., перераб. и доп. - М. : Проспект ; М. : Изд-во МГУ, 2007. - 347 с. ; 21 см.- (Классический университетский учебник). - Библиогр. в конце глав. - ISBN 5-482-01291-3. - ISBN 978-5-482-01291-8 : всего 34

#### дополнительная литература

- Барышева, Анна Дмитриевна. Этика и психология делового общения (сфера сервиса) [Текст] : учеб. пособие для студ. учрежд. сред. проф. образ. / А. Д. Барышева, Ю. А. Матюхина, Н. Г. Шередер. - М. : Альфа-М : Инфра-М, 2013. - 255 с. : ил. ; 22 см. - (ПРОФИЛЬ). - Библиогр.: с. 253. - ISBN 978-5-98281-095-3. - ISBN 978-5-16-002791-3 : 199.87 р. 1 экз.
- Ковальчук, Аделаида Сергеевна. Основы имиджологии и делового общения [Текст] : учеб. пособие для студ. вузов / А. С. Ковальчук. - 4-е изд., доп. и перераб. - Ростов н/Д : Феникс, 2006. - 251 с. : ил. ; 21 см. - (Высшее образование). - Библиогр. в конце глав. - ISBN 5-222-09412-X : 109.56 р.
- Маклаков А. Г. Общая психология: Учебник для вузов. СПб.: Питер, 2012. 583 с.
- Психология и этика делового общения [Текст] : учебник для бакалавров / ред.: В. Н. Лавриненко, Л. И. Чернышова. - 6-е изд., перераб. и доп. - М. : Юрайт, 2012. - 591 с. ; 21 см. - (Бакалавр. Углубленный курс. 1 экз.
- Таратухина, Юлия Валерьевна. Деловые и межкультурные коммуникации [Текст] : учеб. и практикум для акад. бакалавриата : учеб. для студ. вузов, обуч. по экон. напр. и спец. / Ю. В. Таратухина, З. К. Авдеева ; Высш. шк. экономики, Нац. исслед. ун-т. - М. : Юрайт, 2014. - 324 с. ; 21 см. - (Бакалавр. Академический курс). - Библиогр. в конце глав. - ISBN 978-5-9916-4030-5 : 418.99 р. 1 экз.
- Шеламова, Галина Михайловна. Деловая культура и психология общения [Текст] : учебник / Г. М. Шеламова. - 5-е изд., стер. - М. : Академия, 2006. - 159 с. ; 20 см. - (Начальное профессиональное образование). - Библиогр.: с. 157. - ISBN 5-7695-3080-4 : 137.12 р.
- Шестерина А.М. Психология журналистики: учеб. Пособ/А.М. Шестерина, Воронеж 2010.

### б) периодические издания (при необходимости)

Журнал «Журналист», выпуски за последние 5 лет.

**в) список авторских методических разработок**

- Булатова С. Н. Современная медиакультура [Текст] : учеб. пособие / С. Н. Булатова, А. В. Петров, В. А. Рыжкович ; рец.: В. П. Хархун, И. А. Кребель ; Иркутский гос. ун-т. - Иркутск : Изд-во ИГУ, 2014. - 168 с. ISBN 978-5-9624-1092-9; всего 9 : нф (2), истфил (7)
- Булатова С.Н. Коммуникация: эффекты, слухи, знаки. [Текст] : учеб. пособие / С. Н. Булатова, Я.Ю. Лисицина; Иркутский гос. ун-т. - Иркутск : Изд-во ИГУ , 2019. 180 с.
- Булатова С. Н. Социология массовой коммуникации. [Текст] : учеб. пособие / С. Н. Булатова, Я.Ю. Лисицина; Иркутский гос. ун-т. - Иркутск : Изд-во ИГУ, 2014. 170 с.
- Булатова С.Н. Слухи: как создать и как бороться. [Текст] : учеб. пособие / С. Н. Булатова, Я.Ю. Лисицина; Иркутский гос. ун-т. - Иркутск : Изд-во ИГУ, 2010. 173 с.

**г) базы данных, информационно-справочные и поисковые системы**

1. Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU, более 20 полнотекстовых версий журналов по тематике курсов.
2. Электронная библиотека «Труды ученых ИГУ» (<http://ellib.library.isu.ru>). Доступ к полным текстам учебных пособий, монографий и статей сотрудников университета, осуществляемый с любого компьютера сети Иркутского государственного университета.
3. Электронные библиотечные системы. Образовательные ресурсы НБ ИГУ:
  - [ЭЧЗ «БиблиоТех»](#)
  - [ЭБС «Издательство «Лань»](#)
  - [ЭБС «Руконт»](#)
  - [ЭБС «Айбукс»](#)
  - [ЭБС «ЮРАЙТ»](#)
  - [ЭБ Издательского центра «Академия»](#)
  - [ИС «Единое окно доступа к образовательным ресурсам»](#)
4. Сайт журнала «Журналист» - <https://jrnlst.ru/>
5. Сайт Фонда защиты гласности - [www.gdf.ru](http://www.gdf.ru).
6. Сайт Союза журналистов РФ – [www.ruj.ru](http://www.ruj.ru)
7. Сайт Общественной коллегии по жалобам на прессу - <https://presscouncil.ru/>

**VI. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ****6.1. Учебно-лабораторное оборудование:**

*Специальные помещения:* Учебные аудитории для проведения занятий лекционного и семинарского типа.

Аудитория для лекционных занятий оборудована: *специализированной* (учебной) мебелью на 120 посадочных мест; доска меловая, кафедра напольная;

*техническими средствами обучения:* проектор (2): ViewSonik; экран (2); компьютер. Z JFI09500080

Аудитория для практических занятий оборудована: *специализированной* (учебной) мебелью на 40 посадочных мест, доской меловой; проектор (1): ViewSonik; экран (1); ноутбук переносной (1): Asus X553M колонки переносные (2): Genius Z JFI09500080.

**6.2. Программное обеспечение:**

1. «Kaspersky Endpoint Security для бизнеса - Стандартный Russian Edition. 250-499

- Node 1 year Educational Renewal License». – Форум Контракт №04-114-16 от 14 ноября 2016 г. КЕС. Счет № РСЦЗ-000147 и АКТ от 23 ноября 2016 г. Лиц.№1В08161103014721370444. Срок действия: от 23.11.2016 до 01.20.2017.
2. **Drupal 7.5.4.** Условия правообладателя (Лицензия GPL-2.0 - ware free). Условия использования по ссылке: [https://www.drupal.org/project/terms\\_of\\_use](https://www.drupal.org/project/terms_of_use). Обеспечивает работу портала электронного портфолио студентов и аспирантов ИГУ <http://eportfolio.isu.ru>. Срок действия: бессрочно.
  3. **Moodle 3.2.1.** – Условия правообладателя (ware free). Условия использования по ссылке: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Moodle>. Обеспечивает работу информационно-образовательной среды <http://belca.isu.ru>. Срок действия: бессрочно.
  4. **Google Chrome 54.0.2840.** Браузер – Условия правообладателя (ware free). Условия использования по ссылке: [https://ru.wikipedia.org/wiki/Google\\_Chrome/](https://ru.wikipedia.org/wiki/Google_Chrome/) Срок действия: бессрочно.
  5. **Mozilla Firefox 50.0.** Браузер – Условия правообладателя (ware free). Условия использования по ссылке: <https://www.mozilla.org/ru/about/legal/terms/firefox/>. Срок действия: бессрочно.
  6. **Opera 41. Браузер** – Условия правообладателя (ware free). Условия использования по ссылке: <http://www.opera.com/ru/terms>. Срок действия: бессрочно.
  7. **PDF24Creator 8.0.2.** Приложение для создания и редактирования документов в формате PDF. –Условия правообладателя (ware free). Условия использования по ссылке: [https://en.pdf24.org/pdf/lizenz\\_en\\_de.pdf](https://en.pdf24.org/pdf/lizenz_en_de.pdf). Срок действия: бессрочно.
  8. **VLC Player 2.2.4.** Свободный кроссплатформенный медиаплеер. Условия правообладателя (ware free). – Условия использования по ссылке: <http://www.videolan.org/legal.html>. Срок действия: бессрочно.
  9. **BigBlueButton.** Открытое программное обеспечение для проведения веб-конференции. Условия правообладателя (ware free). Условия использования по ссылке: <https://ru.wikipedia.org/wiki/BigBlueButton>. Обеспечивает работу отдельного модуля Moodle 3.2.1 для работы ИОС. Срок действия: бессрочно.
  10. **Sumatra PDF.** свободная программа, предназначенная для просмотра и печати документов в форматах PDF, DjVu[4], FB2, ePub, MOBI, CHM, XPS, CBR/CBZ, для платформы Windows. Условия правообладателя (Лицензия GNU GPL 3-ware free). Условия использования по ссылке: [https://ru.wikipedia.org/wiki/Sumatra\\_PDF](https://ru.wikipedia.org/wiki/Sumatra_PDF). Срок действия: бессрочно.
  11. **Media player home classic.** Свободный проигрыватель аудио- и видеофайлов для операционной системы Windows. Условия правообладателя (Лицензия GNU GPL - ware free). Условия использования по ссылке: [https://ru.wikipedia.org/wiki/Media\\_Player\\_Classic](https://ru.wikipedia.org/wiki/Media_Player_Classic). Срок действия: бессрочно.
  12. **AIMP.** Бесплатный аудиопроигрыватель с закрытым исходным кодом, написанный на Delphi. Условия правообладателя (ware free). Условия использования по ссылке: <https://www.aimp.ru/>. Срок действия: бессрочно.

### 6.3. Технические и электронные средства:

Ноутбук, проектор.

## VII. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Согласно типовому учебному плану, студенты осваивают курс «Психология массовых коммуникаций» в ходе пятого семестра. При реализации компетентностного подхода в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.02 Журналистика к освоению учебной программы данной дисциплины используются различные образовательные технологии. Аудиторные занятия проводятся в виде

лекционных и практических занятий. Не менее 20% занятий проходят в интерактивной форме.

Изучение материала идет на двух уровнях: теоретическом и практическом. Аудиторная работа включает в себя лекции, практические, семинарские занятия, где студенты готовят учебно-практические материалы. В рамках курса студенты непосредственно включаются в будущую профессиональную деятельность и получают поэтапно необходимую подготовку для прохождения первой производственной практики.

К оценочным средствам курса относятся семинарские и практические занятия, эссе, деловые игры, тестовые задания.

В процессе изучения дисциплины «Психология массовых коммуникаций», в частности, при участии в семинарах, дискуссиях, деловых играх, студенты должны продемонстрировать владение приемами аналитического восприятия получаемой информации, материалов СМИ, событий и фактов.

**Наименование тем занятий с использованием активных форм обучения:**

	Тема занятия	Вид занятия	Форма / Методы интерактивного обучения	Кол-во часов
	Социально-психологические особенности аудитории СМИ. Психологические эффекты массовой и межличностной коммуникации	семинар	дискуссия	4
	Психологические закономерности восприятия сообщений. Публика и толпа. Роль журналиста в создании общества публики.	семинар	дискуссия	4
	Создание профессионального образа журналиста. Селфбрендинг.	семинар	дискуссия	4
Итого часов				12

**VIII. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ**

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) представляет собой комплект оценочных материалов для проведения текущего контроля, включая, при необходимости, и входной контроль, и промежуточной аттестации обучающихся и оформляется в виде отдельного документа (приложения к рабочей программе дисциплины (модуля)) или в данном разделе программы.

*(Приводятся контрольные вопросы и задания для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации, описание показателей и критериев оценивания)*

**Оценочные средства (ОС):**

8.1. Оценочные средства для входного контроля (могут быть в виде тестов с закрытыми или открытыми вопросами).

Устный опрос студентов. Распределение по шкале этичности – неэтичности таких терминов как «манипуляция сознанием», «домысел», «участие в предвыборной

кампании», «правило голого факта» и др. (более 30 понятий).

## 8.2. Оценочные средства текущего контроля

- Семинарские занятия: подготовка развернутых ответов на заранее предоставленные вопросы, участие в дискуссиях на заданную тему.
- Разбор конкретных ситуаций из журналистской практики.
- Деловые игры: разбор конкретных кейсов в форме суда.
- Промежуточное тестирование.

Тест «Психологические эффекты СМИ и кино»

**1. Изменения в сознании и поведении людей, происходящие под воздействием коммуникации** 1) эффекты коммуникации 2) коммуникабельность 3) коммуникация 4) месседж 5) нет верного ответа

**2. Средства массовой коммуникации** 1) СМИ (пресса, радио, ТВ, интернет) 2) мобильная связь (смс-рассылка) 3) кино 4) мультимедиа 5) всё вышеназванное

### 3. К эффектам СМИ относятся

- 1) эффект прайминга и эффект обрамления
- 2) эффект Веблена и эффект Гиффена
- 3) эффект нимба и эффект бумеранга
- 4) все вышеназванное
- 5) нет верного ответа

**4. На какой эффект опираются телевизионщики, заканчивая серию на самом интересном месте?** 1) эффект Кулешова 2) эффект негативности 3) эффект нимба 4) эффект Зейгарник 5) эффект бумеранга

### 5. Сущность эффекта Зейгарник

- 1) узнаваемость персоны в результате регулярного появления в СМИ
- 2) если человек в какой-то ситуации производит положительное впечатление, то люди приписывают ему другие позитивные качества
- 3) незавершённые действия запоминаются в 1,8 раза лучше, чем действия завершённые
- 4) всё вышеназванное
- 5) нет правильного ответа

### 6. Зейгарник-эффект

- 1) помогает избавиться от многих видов любовной и эмоциональной зависимости: психологи выявляют, что именно человек считает прерванным, а различные методики помогают восстановить целостную картину и завершить отношения
- 2) объясняет, отчего телевизионщики заканчивают серию на самом интересном месте
- 3) объясняет некоторые техники профессионального соблазнения – пикапа
- 4) всё вышеназванное
- 5) нет правильного ответа

**7. Если сопоставление двух разных кадров меняет их содержание, то это проявление эффекта** 1) негативности 2) Зейгарник 3) нимба 4) бумеранга 5) Кулешова

**8. «Билл Гейтс и Марк Цукерберг бросили школу и стали миллиардерами! Вам не нужна школа, чтобы добиться успеха. Предпринимателям нужно перестать тратить**

время на учёбу и заняться делом». Какой психологический эффект проявляется в этом тексте? 1) Зейгарник-эффект 2) эффект негативности 3) эффект бумеранга 4) эффект нимба 5) «ошибка выжившего»

**9. Древний мозг человека подсознательно воспринимает плохое как более важное; способность понимать угрозы, чтобы успеть предотвратить их, помогла человечеству выжить в глубокой древности. Этот механизм реализуется**

1) в эффекте нимба 2) в эффекте бумеранга 3) в эффекте фокусировки 4) в эффекте негативности 5) нет правильного ответа

**10. В психологии пропаганды нередко наблюдается эффект** 1) эффект негативности 2) эффект нимба 3) эффект бумеранга 4) всё вышеназванное 5) нет правильного ответа

8.3. Оценочные средства для промежуточной аттестации (в форме экзамена или зачета).

Вопросы к зачету:

1. Предмет психологии массовых коммуникаций, связь с другими дисциплинами.
2. Влияние средств массовой коммуникации на поведение людей. Конформизм. Эффект Вертера.
3. Психологические эффекты коммуникации: понятие, общая характеристика.
4. Психологические эффекты СМИ и кино.
5. Эффект Зейгарник в массовой коммуникации. Использование эффекта Зейгарник на ТВ и РВ.
6. Психологические эффекты рекламы, пиара, маркетинга: общая характеристика.
7. Прайминг-эффект как объект теории медиавоздействия.
8. Психологические эффекты свидетеля и повального увлечения.
9. Эффект аудитории (эффект фасилитации), эффект Пигмалиона, эффект Рингельмана.
10. Эффект края, эффект новизны.
11. Эффекты массовой коммуникации: эффект ореола, эффект нимба эффект бумеранга, их роль в избирательной кампании.
12. Психология общения, методы влияния на людей.
13. Психологические аспекты функционирования слухов в межличностной и массовой коммуникации, роль СМИ в устной коммуникации.
14. Тард, Лебон: лидер и толпа, психология толпы. Основные параметры образа лидера. Рациональные, эмоциональные, иррациональные (бессознательные) оценки лидера
15. Селфбрендинг: самопрезентация, самореклама, самомаркетинг. Эффект труднодостижимости.


**Материалы для проведения текущего и промежуточного контроля знаний студентов:**

№ п\п	Вид контроля	Контролируемые темы (разделы)	Компетенции, компоненты которых контролируются
1	Семинар	Психологические эффекты массовой и межличностной коммуникации.	УК-3; УК-6; ОПК-4; ОПК-7
2	Семинар	Технологии селфбрендинга: самопрезентация, самореклама,	УК-3; УК-6; ОПК-4; ОПК-7



		самомаркетинг	
3	Семинар	Технологии селфбрендинга: самопрезентация, самореклама, самомаркетинг	УК-3; УК-6; ОПК-4; ОПК-7
4	Семинар	Психологические функции слухов	УК-3; УК-6; ОПК-4; ОПК-7

**Разработчики:**

  
 \_\_\_\_\_  
 (подпись)

доцент  
 (занимаемая должность)

С. Н. Булатова  
 (инициалы, фамилия)

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению 42.03.02 «Журналистика» и профилю подготовки «Международная журналистика».

Программа рассмотрена на заседании отделения «Высшая школа журналистики и медиапроизводства» 09 февраля 2024 г. Протокол № 6.

Руководитель отделения \_\_\_\_\_



А. В. Гимельштейн

*Настоящая программа не может быть воспроизведена ни в какой форме без предварительного письменного разрешения кафедры-разработчика программы.*



---

**АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ**

---

**Б1.О.33. Психология журналистики**

**Направление 42.03.02 «Журналистика»**

**Направленность «Журналистика и новые медиа»**

**Форма обучения очная**

Согласовано с УМК ИФИЯМ ИГУ

Протокол №\_7\_от «15»\_марта\_2022 г.

Председатель Михалева О.Л. \_\_\_\_\_

Рекомендовано отделением  
ВШЖМ:

Протокол № 7 от «11» марта 2022 г.

Руководитель отделения

А.В. Гимельштейн \_\_\_\_\_

## **I. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ:**

**Цель курса** «Психология журналистики» состоит в том, чтобы дать целостное представление о теоретических и практических основах психологии, об универсальных, современных и специфичных тенденциях, определяющих специфику психологии журналистики. Предполагается дать понятие о психологических особенностях протекания массовой коммуникации, сформировать практические навыки выстраивания взаимоотношений журналиста и его аудитории

### **Задачи:**

- Осмыслить психологические аспекты функционирования массовой информации в обществе в условиях глобализации и выявить современные проблемы медиапсихологии.
- Рассмотреть психические процессы, характерные для профессиональной деятельности журналистов: потребности, мотивы.
- Исследовать механизмы создания профессионального образа, т.е. рассмотреть понятие и процесс профессиональной самоидентификации.
- Изучить основные характеристики личности журналиста - через систему ценностей, представляющую профессию.
- Рассмотреть особенности восприятия информации, текста, коммуникатора массовой аудиторией.
- Ознакомить студентов с основными механизмами профессионального общения и закрепить навыки эффективного общения.

## **II. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП**

### **2.1. Учебная дисциплина «Психология журналистики» (Б1.О.33)**

относится к части блока профессиональных дисциплин ОПОП подготовки бакалавров по направлению 42.03.02 Журналистика. Курс рассчитан на подготовку студентов - бакалавров, в рамках базовой части изучающих дисциплины профессиональной направленности.

2.2. Данная дисциплина изучается в пятом семестре третьего курса и опирается на дисциплины «Психология социального взаимодействия», «Основы журналистского творчества», «Профессиональная этика журналиста».

2.3. Дисциплина «Психология журналистики» является предшествующей для дисциплин «Основы рекламы и паблик рилейшнз в СМИ», «Экономика и менеджмент СМИ», профессионально-творческих практикумов и освоения дисциплин профилизации.

## **III. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**

Процесс освоения дисциплины «Психология журналистики» направлен на формирование компетенций в соответствии с ФГОС ВО и ОП ВО по направлению подготовки 42.03.02 (Журналистика), профиль «Журналистика и новые медиа»:

**Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю),  
соотнесенных с индикаторами достижения компетенций**

Компетенция	Индикаторы компетенций	Результаты обучения
УК-3	<p><b>ИДК-1</b> Определяет стратегию сотрудничества для достижения поставленной цели, осуществляет социальное взаимодействие с аудиторией.</p> <p><b>ИДК-2</b> Работает в команде, реализует свою роль в команде во взаимодействии с другими членами команды для достижения поставленной задачи.</p>	<p><b>Знает:</b> основные теории, проблемы, содержание основных категорий психологии журналистского творчества, психологические эффекты коммуникации, психологические аспекты природы лидерства;</p> <p><b>Умеет:</b> опираться на знание психологических аспектов коммуникации в ходе профессиональной деятельности журналиста ;</p> <p><b>Владеет:</b> способностью творчески использовать психологические эффекты коммуникации в ходе профессиональной деятельности журналиста</p>
УК-6	<p><b>ИДК-4</b> Взаимодействует с объектами профессиональной деятельности с учётом их социокультурных особенностей в целях успешного выполнения профессиональных задач</p>	<p><b>Знает:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- теоретические основы, особенности, правила и приемы социального взаимодействия в команде;</li> <li>- основные понятия и методы конфликтологии, особенности поведения различных групп общества, с которым осуществляется взаимодействие, учитывать их в своей деятельности;</li> <li>- основные теории мотивации, лидерства, стили лидерства и возможности их применения в различных ситуациях.</li> </ul> <p><b>Умеет:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- устанавливать и поддерживать контакты, обеспечивающие успешную работу в коллективе;</li> <li>- применять основные методы и нормы социального взаимодействия для реализации своей роли и взаимодействия внутри команды.</li> </ul> <p><b>Владеет:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- простейшими методами и приемами социального взаимодействия и работы в команде</li> </ul>
ОПК-4 Способен отвечать на запросы и	ИДК-4.2. (по направлению подготовки "Журналистика")	<p><b>Знает:</b> Тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и</p>

<p>потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности</p>	<p>Учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании журналистских текстов и (или) продуктов</p>	<p>экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования;  <b>Умеет:</b>          Осуществлять свои профессиональные действия с учетом механизмов функционирования конкретной медиакommunikационной системы;          видеть нарушения профессиональной этике в собственной и чужой журналистской практике.  <b>Владеет:</b>          Способами разрешения этических конфликтов в профессиональной сфере.</p>
<p>ОПК-7 Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности</p>	<p>ИДК-7.2 (по направлению подготовки "Журналистика") Осуществляет поиск корректных творческих приемов при сборе, обработке и распространении информации в соответствии с общепринятыми стандартами и правилами профессии журналиста</p>	<p><b>Знает:</b>          Основные принципы теории социальной ответственности;          понимает обязанности журналиста перед аудиторией и обществом.  <b>Умеет:</b>          Учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности;          уважать свою аудиторию, при работе пользоваться только этически допустимыми методами получения информации и взаимодействия с героями публикации;          взаимодействовать с коллективом редакции, соблюдая корпоративную и служебную этику.  <b>Владеет:</b>          Корректными приемами сбора, обработки и распространения информации в соответствии с общепринятыми этическими стандартами и правилами профессии журналиста.</p>

## Содержание дисциплины

<b>Трудоемкость дисциплины (з.е.)</b>	<b>2 з.е. 72 часа</b>	
<b>Наименование основных разделов (модулей)</b>	Психология журналистского творчества как научно-практическая дисциплина, ее место в системе современной сфере коммуникаций, в деятельности журналиста	
	Социально-психологические особенности аудитории СМИ. Психологические эффекты массовой и межличностной коммуникации	
	Психологические закономерности восприятия сообщений. Публика и толпа. Роль журналиста в создании общества публики.	
	Создание профессионального образа журналиста. Селфбрендинг.	
	Психологические аспекты феномена слухов. Роль СМИ в слуховой коммуникации.	
<b>Формы текущего контроля</b>	<b>Практические и семинарские занятия, тест</b>	
<b>Форма промежуточной аттестации</b>	<b>Зачет</b>	

**Образовательные технологии:**

Согласно типовому учебному плану, студенты осваивают курс «**Психология журналистского творчества**» в ходе пятого семестра. При реализации компетентностного подхода в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.02 Журналистика к освоению учебной программы данной дисциплины используются различные образовательные технологии. Аудиторные занятия проводятся в виде лекционных и практических занятий. Не менее 20% занятий проходят в интерактивной форме.

Изучение материала идет на двух уровнях: теоретическом и практическом. Аудиторная работа включает в себя лекции, практические, семинарские занятия, где студенты готовят учебно-практические материалы. В рамках курса студенты непосредственно включаются в будущую профессиональную деятельность и получают поэтапно необходимую подготовку для прохождения первой производственной практики.

К оценочным средствам курса относятся семинарские и практические занятия, эссе, деловые игры, тестовые задания.

В процессе изучения дисциплины «**Психология журналистского творчества**», в частности, при участии в семинарах, дискуссиях, деловых играх, бакалавры должны продемонстрировать владение приемами аналитического восприятия получаемой информации, материалов СМИ, событий и фактов.

Разработчик: доцент Булатова Светлана Николаевна