



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. Ташлыкова

«06» марта 2025 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 «27»_февраля_2025 г.

Председатель Михалева О.Л.

Рекомендовано отделением
ВШЖМ:

Протокол № 6 от «21» февраля 2025 г.

Руководитель отделения

А.В. Гимельштейн

Иркутск 2025 г.

Содержание

	стр.
I. Цели и задачи дисциплины (модуля)	3
II. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП ВО	3
II. Требования к результатам освоения дисциплины (модуля)	4
V. 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
II. Образовательные технологии	14
II. 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

Компетенция	Индикаторы компетенций	Результаты обучения
-------------	------------------------	---------------------

УК-3	ИДК-1 Определяет стратегию сотрудничества для достижения поставленной цели, осуществляет социальное взаимодействие с аудиторией. ИДК-2 Работает в команде, реализует свою роль в команде во взаимодействии с другими членами команды для достижения поставленной задачи.	Знает: основные теории, проблемы, содержание основных категорий психологии журналистского творчества, психологические эффекты коммуникации, психологические аспекты природы лидерства; Умеет: опираться на знание психологических аспектов коммуникации в ходе профессиональной деятельности журналиста ; Владеет: способностью творчески использовать психологические эффекты коммуникации в ходе профессиональной деятельности журналиста
УК-6	ИДК-4 Взаимодействует с объектами профессиональной деятельности с учётом их социокультурных особенностей в целях успешного выполнения профессиональных задач	Знает: - теоретические основы, особенности, правила и приемы социального взаимодействия в команде; - основные понятия и методы конфликтологии, особенности поведения различных групп общества, с которым осуществляется взаимодействие, учитывать их в своей деятельности; - основные теории мотивации, лидерства, стили лидерства и возможности их применения в различных ситуациях. Умеет: - устанавливать и поддерживать контакты, обеспечивающие успешную работу в коллективе; - применять основные методы и нормы социального взаимодействия для реализации своей роли и взаимодействия внутри команды. Владеет: - простейшими методами и приемами социального взаимодействия и работы в команде
ОПК-4 Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной	ИДК-4.2. (по направлению подготовки "Журналистика") Учитывает основные характеристики целевой	Знает: Тенденции развития медиакommunikационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования; Умеет:

деятельности	аудитории при создании журналистских текстов и (или) продуктов	Осуществлять свои профессиональные действия с учетом механизмов функционирования конкретной медиакommunikационной системы; видеть нарушения профессиональной этике в собственной и чужой журналистской практике. Владеет: Способами разрешения этических конфликтов в профессиональной сфере.
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	Знает: Основные принципы теории социальной ответственности; понимает обязанности журналиста перед аудиторией и обществом. Умеет: 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. Владеет: Корректными приемами сбора, обработки и распространении информации в соответствии с общепринятыми этическими стандартами и правилами профессии журналиста.

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	Практическое занятие	Консультации		
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
Итого часов					18	18		36	Зачет

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)				36		
Из них объем самостоятельной работы с использованием электронного обучения и дистанционных образовательных технологий (час)				36		

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 амплуа 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. Шердер. - 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.
6. Сайт Союза журналистов РФ – 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. №1B08161103014721370444. 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. 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/ 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. 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. 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. 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:

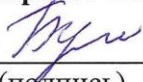
1. Предмет психологии массовых коммуникаций, связь с другими дисциплинами.
2. Влияние средств массовой коммуникации на поведение людей. Конформизм. Эффект Вертера.
3. Психологические эффекты коммуникации: понятие, общая характеристика.
4. Психологические эффекты СМИ и кино.
5. Эффект Зейгарник в массовой 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 повольного 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» 21 февраля 2025 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.