


ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО СВЯЗИ

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ТЕЛЕКОММУНИКАЦИЙ ИМ. ПРОФ. М.А. БОНЧ-БРУЕВИЧА»
(СПбГУТ)**

Кафедра _____ Социально-политических наук
(полное наименование кафедры)

Первый проректор _____ проректор по учебной работе
 УТВЕРЖДАЮ
Г.М. Машков
« 19 » 06 20 18 г.

Регистрационный №_18.01/545-Д

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Психология массовых коммуникаций

(наименование дисциплины)

образовательная программа высшего образования

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

(код и наименование направления подготовки / специальности)

бакалавр

(квалификация)

Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере

(направленность / профиль образовательной программы)

очная форма

(форма обучения)

Санкт-Петербург

Рабочая программа дисциплины составлена на основе требований Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению (специальности) подготовки «42.03.01 Реклама и связи с общественностью», утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 11.08.2016 № 997, и в соответствии с рабочим учебным планом, утвержденным ректором университета.

1. Цели и задачи дисциплины

Целью преподавания дисциплины «Психология массовых коммуникаций» является:

формирование системного представления о природе психических явлений и психологических закономерностях процессов массовой коммуникации, психологии массового восприятия информации с помощью СМИ (телевидение, радио, печатных изданий, Интернета), а также рекламы как формы массовой коммуникации. Дисциплина знакомит студентов с психологической спецификой, методами и технологиями информационного взаимодействия, обучает умению анализировать информацию, помогает выработать индивидуальный стиль взаимодействия с современными средствами и субъектами массовых коммуникаций.

Эта цель достигается путем решения следующих(ей) задач(и):

- сформировать представление об основных понятиях, принципах, категориях, проблемах и задачах психологии массовых коммуникаций, описать этапы развития медиапсихологии в западной практике и психологии массовой коммуникации в отечественной науке;
- охарактеризовать особенности коммуникации и общения, как основных психологических категорий, основные формы коммуникации и общения, структуру коммуникаций, специфику информационного взаимодействия;
- охарактеризовать предметную область психологии массовых коммуникаций: мотивационные, аффективные, когнитивные и социально-психологические компоненты массовых коммуникаций;
- дать характеристику основам формирования психологии масс, массового сознания, описать специфику массовой коммуникации, ее социально-культурное значение;
- охарактеризовать психологию массового поведения под влиянием СМК, особенности массовых состояний и проявлений, основы механизмов воздействия на массовые настроения, особенности их проявлений и прогнозирования в аудиовизуальной сфере, телекоммуникационной отрасли;
- сформировать представление о технологии манипулирования сознанием массовой аудитории в процессе аудиовизуальной коммуникации; дать характеристику процессу возникновения слухов и сплетен и их влияние на психологию массового сознания и поведения, представление об основах психологии восприятия рекламы как вида массовой коммуникации и PR-воздействия в печатных и электронных СМИ.

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Психология массовых коммуникаций» Б1.Б.16.03 является одной из дисциплин базовой части учебного плана подготовки бакалавриата по направлению «42.03.01 Реклама и связи с общественностью». Исходный уровень знаний и умений, которыми должен обладать студент, приступая к изучению данной дисциплины, определяется изучением таких дисциплин, как «Основы связей с общественностью»; «Основы теории коммуникации»; «Психология».

3. Перечень планируемых результатов обучения, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

Компетенции, установленные ФГОС ВО

Таблица 1

№ п/п	Код компетенции	Наименование компетенции
1	ОК-5	способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия
2	ОПК-4	умением планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия

Планируемые результаты обучения

Таблица 2

Код компетенции	знать	уметь	владеть
ОК-5	основы массовых коммуникаций	распознавать закономерности массовых коммуникаций	навыком определения особенностей массовых коммуникаций
ОПК-4	психологические основы планирования и организации массовых мероприятий	организовывать коммуникационные кампании	навыками планирования и организации коммуникационных компаний

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Очная форма обучения

Таблица 3

Вид учебной работы		Всего часов	Семестры 5
Общая трудоемкость	4 ЗЕТ	144	144
Контактная работа с обучающимися		52.35	52.35
в том числе:			
Лекции		20	20
Практические занятия (ПЗ)		30	30
Лабораторные работы (ЛР)			-
Защита контрольной работы			-
Защита курсовой работы			-
Защита курсового проекта			-
Промежуточная аттестация		2.35	2.35
Самостоятельная работа обучающихся (СРС)		58	58
в том числе:			
Курсовая работа			-
Курсовой проект			-

И / или другие виды самостоятельной работы: подготовка к лабораторным работам, практическим занятиям, контрольным работам, изучение теоретического материала.	58	58
Подготовка к промежуточной аттестации	33.65	33.65
Вид промежуточной аттестации		Экзамен

5. Содержание дисциплины

5.1. Содержание разделов дисциплины.

Таблица 4

№ п/п	Наименование раздела (темы) дисциплины	Содержание раздела	№ семестра		
			очная	очно-заочная	заочная
1	Раздел 1. Психология массовой коммуникации как метанаука	Специфика, объект и предмет массовых коммуникаций. Определение массовых коммуникаций. Структура личности как база восприятия информации: мотивационные, аффективные, когнитивные и социально-психологические феномены. Типология аудитории. Сегментация аудитории. Дискретная и аналоговая информация в тексте. Виды информации в тексте по И. Гальперину. Структура коммуникации и информационного процесса. Метод семантического дифференциала в диалогической парадигме. Концепция А. Моля о специфике телевидения как канала массовых коммуникаций. Структура информационной цепи по Г. Лассуэллу. Коммуникационные модели, теории массовой коммуникации: Ласуэлла, Э. Багирова, Р. Брэджока, П. Лазерфельда, В. Шрамма, Г. Блюмера и др. Проблемы технического и семантического кодирования. Коммуникация и общение как основные психологические категории. Формы коммуникации и общения. Поиск смысла и значения в процессе обмена информацией.	5		
2	Раздел 2. Эмоциональные компоненты массовых коммуникаций	Аффективные компоненты массовых коммуникаций: классификация индивидуальных и массовых эмоциональных феноменов. Базовые эмоции и чувства, аффекты. Массовые настроения, массовая паника, массовая агрессия: этапы развития, свойства и способы управления. Информационная теория эмоций П.В. Симонова. Политические настроения и их специфика.	5		

3	Раздел 3. Когнитивные компоненты массовых коммуникаций	<p>Когнитивные компоненты массовых коммуникаций. Образные психические познавательные процессы: первичные (ощущение, восприятие) и вторичные (представление, воображение). Мышление и его специфика. Типы мышления. Сквозные психические процессы и их специфика (память, внимание, речь). Процесс восприятия в массовых коммуникациях. Проблема восприятия. Структура и свойства внимания. Активизация восприятия при массовом коммуникационном воздействии. Помехи восприятию на каналах массовых коммуникаций. Процесс внимания в массовых коммуникациях. Проблема внимания. Свойства внимания. Внимание аудитории и специфика каналов массовых коммуникаций. Помехи на пути активизации внимания. Психологические теории о процессе понимания. Проблема понимания в разных психологических теориях. Структура понимания и его свойства. Процесс понимания в массовых коммуникациях. Активизация понимания психологическими приемами. Технологические приемы активизации понимания. Помехи на пути активизации понимания в массовых коммуникациях. Особенно</p>	5		
4	Раздел 4. Мотивационные компоненты массовых коммуникаций	<p>Мотивационные компоненты массовых коммуникаций: мотивы, ожидания, установки, потребности, интересы. Мотивы обращения к СМК. Осознаваемые (ценности, убеждения) и бессознательные (влечения, коллективное бессознательное, архетипы, мифы, предрассудки) побудительные факторы. Применение психологических концепций в МК. Классический бихевиоризм и медиацентрированный подход. Психоанализ в рекламе и пропаганде. Гештальт-психология, когнитивное и гуманистическое направления в психологии и человекоцентрированная парадигма. Информационный подход к потребностям.</p>	5		

5	Раздел 5. Социально-перцептивные компоненты массовых коммуникаций	социально-психологические феномены: социальные установки, стереотипы, социальная перцепция, социальные барьеры, аттракция, эмпатия, аудитория, методы психологического воздействия, слухи. Эффекты психологии общения и их применение в массовых коммуникациях. Эффекты Циллиха, Коллинса, Г. Келли. Два эффекта А. Бодалева. Эффекты «ореола», «новизны», «первичности». История человечества и психология масс: массовый человек и индивидуальность. Массовое сознание, массовая культура, массовые настроения и массовая коммуникация: сравнение подходов (Лебон, Р. Парк, Д. Рисмен, Х. Ортега-и-Гассет, К. Маннгейм, Д. Рисмен, Э. Фромм, Р. Миллсом). Механизмы манипуляции, убеждения и внушения в массовых коммуникациях. Психология влияния. Определение манипуляции и признаки манипуляции. Механизм манипулятивного воздействия. Психологические модели убеждающего воздействия. Отличительные особенности современной аудитории. Условия повышения эффективности убеждения. Помехи в убеждающей коммуникации. Убежденность как личностное каче	5		
---	--	--	---	--	--

5.2. Междисциплинарные связи с обеспечиваемыми (последующими) дисциплинами.

Таблица 5

№ п/п	Наименование обеспечиваемых (последующих) дисциплин
1	Реклама и связи с общественностью в бизнесе
2	Реклама и связи с общественностью в политике
3	Технологии управления общественным мнением

5.3. Разделы дисциплин и виды занятий.

Очная форма обучения

Таблица 6

№ п/п	Наименование раздела (темы) дисциплин	Лек-ции	Практ. занятия	Лаб. занятия	Семи-нары	СРС	Всего часов
1	Раздел 1. Психология массовой коммуникации как метанаука	2	4			10	16
2	Раздел 2. Эмоциональные компоненты массовых коммуникаций	4	6			12	22
3	Раздел 3. Когнитивные компоненты массовых коммуникаций	8	8			12	28

4	Раздел 4. Мотивационные компоненты массовых коммуникаций	4	8			12	24
5	Раздел 5. Социально-перцептивные компоненты массовых коммуникаций	2	4			12	18
Итого:		20	30	-	-	58	108

6. Лабораторный практикум

Рабочим учебным планом не предусмотрено

7. Практические занятия (семинары)

Очная форма обучения

Таблица 7

№ п/п	Номер раздела (темы)	Наименование практических занятий (семинаров)	Всего часов
1	1	Разбор кейсов «Анализ информационного взаимодействия и его психологической специфики»	4
2	2	Разбор кейсов «Технологии управления массовыми настроениями, массовой паникой и агрессией»	6
3	3	Разбор кейсов «Анализ процессов восприятия, внимания и памяти в МК»	8
4	4	Разбор кейсов «Механизмы убеждения, манипуляции и внушения»	8
5	5	Разбор кейсов «Эффекты социально-перцептивного взаимодействия»	4
Итого:			30

8. Примерная тематика курсовых проектов (работ)

Рабочим учебным планом не предусмотрено

9. Самостоятельная работа

Очная форма обучения

Таблица 8

№ раздела дисциплины	Содержание СРС	Форма контроля	Всего часов
1	Подготовка к проблемной дискуссии	Участие в проблемной дискуссии	10
2	Подготовка к разбору кейсов	Выполнение ситуативных заданий	12
3	Подготовка к разбору кейсов	Выполнение ситуативных заданий	12
4	Подготовка к разбору кейсов	Выполнение ситуативных заданий	12
5	Подготовка к разбору кейсов	Выполнение ситуативных заданий	12

10. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

Для самостоятельной работы по дисциплине рекомендовано следующее учебно-методическое обеспечение:

- Положение о самостоятельной работе студентов в Санкт-Петербургском государственном университете телекоммуникаций им. проф. М.А. Бонч-Бруевича;
- рекомендованная основная и дополнительная литература;
- конспект занятий по дисциплине;
- слайды-презентации и другой методический материал, используемый на занятиях;
- методические рекомендации по подготовке письменных работ, требования к их содержанию и оформлению (реферат, эссе, контрольная работа) ;
- фонды оценочных средств;

11. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся

Фонд оценочных средств разрабатывается в соответствии с Методическими рекомендациями по формированию ФОС и приказом Минобрнауки России от 5 апреля 2017г. № 301 г. Москва "Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры" и является приложением к рабочей программе дисциплины.

Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине включает в себя:

- перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы;
- описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания;
- типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы;
- методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.

Для каждого результата обучения по дисциплине определяются показатели и критерии оценки сформированности компетенций на различных этапах их формирования, шкалы и процедуры оценивания.

12. Перечень основной и дополнительной литературы, необходимой для освоения дисциплины

12.1. Основная литература:

1. Резепов И. Ш. Психология рекламы и PR [Электронный ресурс] : учебное пособие / Резепов И. Ш. - Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2018. - 224 с. - ISBN 978-5-394-01553-3 : Б. ц.

12.2. Дополнительная литература:

1. Володина Л. В. Основы теории коммуникации [Электронный ресурс] : учеб. пособие / Л. В. Володина, О. К. Карпухина ; рец.: В. А. Ачкасова, Е. К. Демиховская, 2012. - 91 с.
2. Гольдман, Ирина Леонидовна. Психология массовых коммуникаций [Электронный ресурс] : учеб.-метод. пособие / И. Л. Гольдман ; рец.: М. Р. Маняхина, М. В. Лукьянчикова, 2013. - 68 с.
3. Марасанов Г. Социально-психологический тренинг [Электронный ресурс] : производственно-практическое издание / Марасанов Г., 2013. - 251 с.
4. Журавлев А. Л. Социально-психологическое пространство личности [Электронный ресурс] / Журавлев А. Л., 2012. - 496 с.
5. Морозов В. П. Невербальная коммуникация. Экспериментально-психологические исследования [Электронный ресурс] / Морозов В. П., 2011. - 528 с.
6. Романов А. А. Массовые коммуникации [Электронный ресурс] : Учебное пособие / Романов А. А., 2010. - 176 с.
7. Алексеев К. И. Дискурс в современном мире. Психологические исследования [Электронный ресурс] / Алексеев К. И., 2011. - 368 с.
8. Белова, Елизавета Васильевна. Психология массовых коммуникаций [Электронный ресурс] : практикум / Е. В. Белова ; рец. В. А. Корзунин, 2017. - 100 с.

13. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

- www.sut.ru
- lib.spbgut.ru/jirbis2_spbgut

14. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем.

14.1. Программное обеспечение дисциплины:

- Open Office

- Google Chrome

14.2. Информационно-справочные системы:

- ЭБС iBooks (<https://ibooks.ru>)
- ЭБС IPRbooks (<http://www.iprbookshop.ru>)
- ЭБС Лань (<https://e.lanbook.com/>)
- ЭБС СПбГУТ (<http://lib.spbgut.ru>)

15. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

15.1. Планирование и организация времени, необходимого для изучения дисциплины

Важным условием успешного освоения дисциплины «Психология массовых коммуникаций» является создание системы правильной организации труда, позволяющей распределить учебную нагрузку равномерно в соответствии с графиком образовательного процесса. Большую помощь в этом может оказать составление плана работы на семестр, месяц, неделю, день. Его наличие позволит подчинить свободное время целям учебы, трудиться более успешно и эффективно. Нужно осуществлять самоконтроль, который является необходимым условием успешной учебы. Все задания к практическим занятиям, а также задания, вынесенные на самостоятельную работу, рекомендуется выполнять непосредственно после соответствующей темы лекционного курса, что способствует лучшему усвоению материала, позволяет своевременно выявить и устранить «пробелы» в знаниях, систематизировать ранее пройденный материал, на его основе приступить к овладению новыми знаниями и навыками.

Система университетского обучения основывается на рациональном сочетании нескольких видов учебных занятий (в первую очередь, лекций и практических занятий), работа на которых обладает определенной спецификой.

15.2. Подготовка к практическим занятиям

Подготовку к каждому практическому занятию студент должен начать с ознакомления с планом практического занятия, который отражает содержание предложенной темы. Тщательное продумывание и изучение вопросов плана основывается на проработке текущего материала лекции, а затем изучения обязательной и дополнительной литературы, рекомендованной к данной теме. Все новые понятия по изучаемой теме необходимо выучить наизусть и внести в глоссарий, который целесообразно вести с самого начала изучения курса.

Результат такой работы должен проявиться в способности студента свободно ответить на теоретические вопросы практикума, его выступлении и участии в коллективном обсуждении вопросов изучаемой темы, правильном выполнении практических заданий и контрольных работ.

В процессе подготовки к практическим занятиям, студентам необходимо обратить особое внимание на самостоятельное изучение рекомендованной литературы. При всей полноте конспектирования лекции в ней невозможно изложить весь материал из-за лимита аудиторных часов. Поэтому самостоятельная

работа с учебниками, учебными пособиями, научной, справочной литературой, материалами периодических изданий и Интернета является наиболее эффективным методом получения дополнительных знаний, позволяет значительно активизировать процесс овладения информацией, способствует более глубокому усвоению изучаемого материала, формирует у студентов свое отношение к конкретной проблеме.

15.3. Рекомендации по работе с литературой

Работу с литературой целесообразно начать с изучения общих работ по теме, а также учебников и учебных пособий. Далее рекомендуется перейти к анализу монографий и статей, рассматривающих отдельные аспекты проблем, изучаемых в рамках курса, а также официальных материалов и неопубликованных документов (научно-исследовательские работы, диссертации), в которых могут содержаться основные вопросы изучаемой проблемы.

Работу с источниками надо начинать с ознакомительного чтения, т.е. просмотреть текст, выделяя его структурные единицы. При ознакомительном чтении закладками отмечаются те страницы, которые требуют более внимательного изучения. В зависимости от результатов ознакомительного чтения выбирается дальнейший способ работы с источником. Если для разрешения поставленной задачи требуется изучение некоторых фрагментов текста, то используется метод выборочного чтения. Если в книге нет подробного оглавления, следует обратить внимание ученика на предметные и именные указатели.

Избранные фрагменты или весь текст (если он целиком имеет отношение к теме) требуют вдумчивого, неторопливого чтения с «мысленной проработкой» материала. Такое чтение предполагает выделение: 1) главного в тексте; 2) основных аргументов; 3) выводов. Особое внимание следует обратить на то, вытекает тезис из аргументов или нет. Необходимо также проанализировать, какие из утверждений автора носят проблематичный, гипотетический характер и уловить скрытые вопросы.

Понятно, что умение таким образом работать с текстом приходит далеко не сразу. Наилучший способ научиться выделять главное в тексте, улавливать проблематичный характер утверждений, давать оценку авторской позиции – это сравнительное чтение, в ходе которого студент знакомится с различными мнениями по одному и тому же вопросу, сравнивает весомость и доказательность аргументов сторон и делает вывод о наибольшей убедительности той или иной позиции.

Если в литературе встречаются разные точки зрения по тому или иному вопросу из-за сложности прошедших событий и правовых явлений, нельзя их отвергать, не разобравшись. При наличии расхождений между авторами необходимо найти рациональное зерно у каждого из них, что позволит глубже усвоить предмет изучения и более критично оценивать изучаемые вопросы. Знакомясь с особыми позициями авторов, нужно определять их схожие суждения, аргументы, выводы, а затем сравнивать их между собой и применять из них ту, которая более убедительна.

Следующим этапом работы с литературными источниками является создание конспектов, фиксирующих основные тезисы и аргументы. Можно делать записи на отдельных листах, которые потом легко систематизировать по отдельным темам изучаемого курса. Другой способ – это ведение тематических тетрадей-конспектов

по одной какой-либо теме. Большие специальные работы монографического характера целесообразно конспектировать в отдельных тетрадях. Здесь важно вспомнить, что конспекты пишутся на одной стороне листа, с полями и достаточным для исправления и ремарок межстрочным расстоянием (эти правила соблюдаются для удобства редактирования). Если в конспектах приводятся цитаты, то непременно должно быть дано указание на источник (автор, название, выходные данные, № страницы). Впоследствии эта информация может быть использована при написании текста реферата или другого задания.

Таким образом, при работе с источниками и литературой важно уметь:

- сопоставлять, сравнивать, классифицировать, группировать, систематизировать информацию в соответствии с определенной учебной задачей;
- обобщать полученную информацию, оценивать прослушанное и прочитанное;
- фиксировать основное содержание сообщений; формулировать, устно и письменно, основную идею сообщения; составлять план, формулировать тезисы;
- готовить и презентовать развернутые сообщения типа доклада;
- работать в разных режимах (индивидуально, в паре, в группе), взаимодействуя друг с другом;
- пользоваться реферативными и справочными материалами;
- контролировать свои действия и действия своих товарищей, объективно оценивать свои действия;
- обращаться за помощью, дополнительными разъяснениями к преподавателю, другим студентам;
- пользоваться лингвистической или контекстуальной догадкой, словарями различного характера, различного рода подсказками, опорами в тексте (ключевые слова, структура текста, предваряющая информация и др.);
- использовать при говорении и письме перифраз, синонимичные средства, слово-описания общих понятий, разъяснения, примеры, толкования, «словотворчество»
- повторять или перефразировать реплику собеседника в подтверждении понимания его высказывания или вопроса;
- обратиться за помощью к собеседнику (уточнить вопрос, переспросить и др.);
- использовать мимику, жесты (вообще и в тех случаях, когда языковых средств не хватает для выражения тех или иных коммуникативных намерений).

15.4. Подготовка к промежуточной аттестации

При подготовке к промежуточной аттестации целесообразно:

- внимательно изучить перечень вопросов и определить, в каких источниках находятся сведения, необходимые для ответа на них;
- внимательно прочитать рекомендованную литературу;
- составить краткие конспекты ответов (планы ответов).

16. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Таблица 9

№ п/п	Наименование специализированных аудиторий и лабораторий	Наименование оборудования
1	Лекционная аудитория	Аудио-видео комплекс

2	Аудитории для проведения групповых и практических занятий	Аудио-видео комплекс
3	Лаборатория	Лабораторные стенды (установки) Контрольно-измерительные приборы
4	Компьютерный класс	Персональные компьютеры
5	Аудитория для курсового и дипломного проектирования	Персональные компьютеры
6	Аудитория для самостоятельной работы	Компьютерная техника
7	Читальный зал	Персональные компьютеры