

Документ подписан простой электронной подписью.  
Информация о владельце:

ФИО: Кандрашина Елена Александровна

Должность: И.о. ректора ФГАОУ ВО «Самарский государственный экономический университет»

Дата подписания: 07.08.2025 16:18:14

Уникальный программный ключ:

2db64eb9605ce27edd3b8e8fdd32c70e0674ddd2

**Министерство науки и высшего образования Российской Федерации**  
**Федеральное государственное автономное образовательное учреждение**  
**высшего образования**  
**«Самарский государственный экономический университет»**

**Институт**      Институт менеджмента

**Кафедра**      Социологии и психологии

**УТВЕРЖДЕНО**

Ученым советом Университета

(протокол № 10 от 22 мая 2025 г. )

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА**

**Наименование дисциплины**      Б1.В.06 Психология массовых коммуникаций

**Основная профессиональная образовательная программа**      39.03.01 Социология программа Социальная психология

Квалификация (степень) выпускника Бакалавр

Самара 2025

## Содержание (рабочая программа)

Стр.

- 1 Место дисциплины в структуре ОП
- 2 Планируемые результаты обучения по дисциплине, обеспечивающие достижение планируемых результатов обучения по программе
- 3 Объем и виды учебной работы
- 4 Содержание дисциплины
- 5 Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение дисциплины
- 6 Фонд оценочных средств по дисциплине

Целью изучения дисциплины является формирование результатов обучения, обеспечивающих достижение планируемых результатов освоения образовательной программы.

## 1. Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина Психология массовых коммуникаций входит в часть, формируемая участниками образовательных отношений блока Б1.Дисциплины (модули)

Предшествующие дисциплины по связям компетенций: Прикладные социально-психологические исследования, Социология и психология малой группы, Социология и психология молодежи, Социология социальных изменений, Современные психологические теории

Последующие дисциплины по связям компетенций: Социальное прогнозирование и проектирование

## 2. Планируемые результаты обучения по дисциплине, обеспечивающие достижение планируемых результатов обучения по программе

Изучение дисциплины Психология массовых коммуникаций в образовательной программе направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций:

### Профессиональные компетенции (ПК):

ПК-2 - Способен организовывать и проводить социально-психологические исследования и мероприятия, а также анализировать их результаты и оформлять научную документацию на основе применения общепрофессиональных знаний и умений в профессиональной сфере деятельности

| Планируемые результаты обучения по программе | Планируемые результаты обучения по дисциплине                                                                                                                                                                                             |                                                                                                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                                                                                                                                               |
|----------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ПК-2                                         | ПК-2.1: Знать:                                                                                                                                                                                                                            | ПК-2.2: Уметь:                                                                                                                                                                                                                                        | ПК-2.3: Владеть (иметь навыки):                                                                                                                                                                                                                               |
|                                              | методику проведения социально-психологических исследований и мероприятий, а также анализ их результатов и оформление научной документации на основе применения общепрофессиональных знаний и умений в профессиональной сфере деятельности | организовывать и проводить социально-психологические исследования и мероприятия, а также анализировать их результаты и оформлять научную документацию на основе применения общепрофессиональных знаний и умений в профессиональной сфере деятельности | способностями организации и проведения социально-психологических исследований и мероприятий, а также анализа их результатов и оформления научной документации на основе применения общепрофессиональных знаний и умений в профессиональной сфере деятельности |

## 3. Объем и виды учебной работы

Учебным планом предусматриваются следующие виды учебной работы по дисциплине:

### Очно-заочная форма обучения

| Виды учебной работы                    | Всего час/ з.е. |
|----------------------------------------|-----------------|
|                                        | Сем 8           |
| Контактная работа, в том числе:        | 36.15/1         |
| Занятия лекционного типа               | 18/0.5          |
| Занятия семинарского типа              | 18/0.5          |
| Индивидуальная контактная работа (ИКР) | 0.15/0          |
| Самостоятельная работа:                | 53.85/1.5       |

|                                                                                      |          |
|--------------------------------------------------------------------------------------|----------|
| Промежуточная аттестация                                                             | 18/0.5   |
| Вид промежуточной аттестации:<br>Зачет                                               | Зач      |
| Общая трудоемкость (объем части образовательной программы): Часы<br>Зачетные единицы | 108<br>3 |

#### 4. Содержание дисциплины

##### 4.1. Разделы, темы дисциплины и виды занятий:

Тематический план дисциплины Психология массовых коммуникаций представлен в таблице.

#### Разделы, темы дисциплины и виды занятий Очно-заочная форма обучения

| №<br>п/п | Наименование темы<br>(раздела) дисциплины                                                       | Контактная работа |                                 |      |     | Самостоятельная<br>работа | Планируемые<br>результаты<br>обучения в<br>соотношении с<br>результатами<br>обучения по<br>образовательной<br>программе |
|----------|-------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------|---------------------------------|------|-----|---------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|          |                                                                                                 | Лекции            | Занятия<br>семинарского<br>типа | ИКР  | ГКР |                           |                                                                                                                         |
|          |                                                                                                 |                   | Практич.<br>занятия             |      |     |                           |                                                                                                                         |
| 1.       | Введение в психологию<br>массовых коммуникаций                                                  | 9                 | 9                               |      |     | 26.925                    | ПК-2.1, ПК-2.2,<br>ПК -2.3                                                                                              |
| 2.       | Социально-психологическая<br>характеристика структурных<br>компонентов массовой<br>коммуникации | 9                 | 9                               |      |     | 26.925                    | ПК-2.1, ПК-2.2,<br>ПК -2.3                                                                                              |
|          | Контроль                                                                                        | 18                |                                 |      |     |                           |                                                                                                                         |
|          | Итого                                                                                           | 18                | 18                              | 0.15 |     | 53.85                     |                                                                                                                         |

##### 4.2 Содержание разделов и тем

##### 4.2.1 Контактная работа

##### Тематика занятий лекционного типа

| №п/п | Наименование темы<br>(раздела)<br>дисциплины                                                                                          | Вид занятия<br>лекционного типа* | Тематика занятия лекционного типа                                        |
|------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------|--------------------------------------------------------------------------|
| 1.   | Введение в психологию массовых коммуникаций<br>Социально-психологическая характеристика структурных компонентов массовой коммуникации | лекция                           | Понятие, структура и основные характеристики массовой коммуникации       |
|      |                                                                                                                                       | лекция                           | Массовое сознание как объект деятельности средств массовой коммуникации. |
|      |                                                                                                                                       | лекция                           | Психологические направления в исследовании массовой коммуникации         |
|      |                                                                                                                                       | лекция                           | Понятие и типология средств массовой коммуникации.                       |
|      |                                                                                                                                       | лекция                           | Психология воздействия в массовой коммуникации                           |
|      |                                                                                                                                       | лекция                           | Аудитория как объект воздействия в массовой коммуникации                 |
|      |                                                                                                                                       | лекция                           | Массовая информация в системе массовой коммуникации                      |
|      |                                                                                                                                       | лекция                           | Психологическая                                                          |

|    |                                                                                        |        |                                                                                                                             |
|----|----------------------------------------------------------------------------------------|--------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 2. | Социально-психологическая характеристика структурных компонентов массовой коммуникации |        | характеристика коммуникатора в системе массовой коммуникации                                                                |
|    |                                                                                        | лекция | Взаимодействие между средствами массовой коммуникации и государством, обществом. Влияние массовой коммуникации на личность. |
|    |                                                                                        | лекция | Методы психологии массовых коммуникаций                                                                                     |
|    |                                                                                        | лекция | Массмедиа как психологический феномен                                                                                       |
|    |                                                                                        | лекция | Предметное поле исследований медиавоздействия: объекты, задачи и направления исследования                                   |
|    |                                                                                        | лекция | Аудитория как объект и субъект коммуникации                                                                                 |
|    |                                                                                        | лекция | Массмедиа и общественное мнение как социальные институты                                                                    |
|    |                                                                                        | лекция | Массовая коммуникация как источник воздействия                                                                              |
|    |                                                                                        | лекция | Массовая коммуникация как средство удовлетворения потребностей                                                              |
|    |                                                                                        | лекция | Массовая коммуникация как форма двухстороннего общения                                                                      |
|    |                                                                                        | лекция | элементы коммуникативной ситуации                                                                                           |

\*лекции и иные учебные занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации педагогическими работниками организации и (или) лицами, привлекаемыми организацией к реализации образовательных программ на иных условиях, обучающимся

#### Тематика занятий семинарского типа

| №п/п | Наименование темы (раздела) дисциплины      | Вид занятия семинарского типа** | Тематика занятия семинарского типа                                           |
|------|---------------------------------------------|---------------------------------|------------------------------------------------------------------------------|
| 1.   | Введение в психологию массовых коммуникаций | практическое занятие            | Понятие, структура и основные характеристики массовой коммуникации           |
|      |                                             | практическое занятие            | Массовое сознание как объект деятельности средств массовой коммуникации.     |
|      |                                             | практическое занятие            | Психологические направления в исследовании массовой коммуникации             |
|      |                                             | практическое занятие            | Понятие и типология средств массовой коммуникации.                           |
|      |                                             | практическое занятие            | Психология воздействия в массовой коммуникации                               |
|      |                                             | практическое занятие            | Аудитория как объект воздействия в массовой коммуникации                     |
|      |                                             | практическое занятие            | Массовая информация в системе массовой коммуникации                          |
|      |                                             | практическое занятие            | Психологическая характеристика коммуникатора в системе массовой коммуникации |
|      |                                             | практическое занятие            | Взаимодействие между средствами массовой коммуникации и                      |

|    |                                                                                        |                      |                                                                                           |
|----|----------------------------------------------------------------------------------------|----------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------|
| 2. | Социально-психологическая характеристика структурных компонентов массовой коммуникации |                      | государством, обществом. Влияние массовой коммуникации на личность.                       |
|    |                                                                                        | практическое занятие | Методы психологии массовых коммуникаций                                                   |
|    |                                                                                        | практическое занятие | Массмедиа как психологический феномен                                                     |
|    |                                                                                        | практическое занятие | Предметное поле исследований медиавоздействия: объекты, задачи и направления исследования |
|    |                                                                                        | практическое занятие | Аудитория как объект и субъект коммуникации                                               |
|    |                                                                                        | практическое занятие | Массмедиа и общественное мнение как социальные институты                                  |
|    |                                                                                        | практическое занятие | Массовая коммуникация как источник воздействия                                            |
|    |                                                                                        | практическое занятие | Массовая коммуникация как средство удовлетворения потребностей                            |
|    |                                                                                        | практическое занятие | Массовая коммуникация как форма двухстороннего общения                                    |
|    |                                                                                        | практическое занятие | элементы коммуникативной ситуации                                                         |

\*\* семинары, практические занятия, практикумы, лабораторные работы, коллоквиумы и иные аналогичные занятия

### Иная контактная работа

При проведении учебных занятий СГЭУ обеспечивает развитие у обучающихся навыков командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерских качеств (включая при необходимости проведение интерактивных лекций, групповых дискуссий, ролевых игр, тренингов, анализ ситуаций и имитационных моделей, преподавание дисциплин (модулей) в форме курсов, составленных на основе результатов научных исследований, проводимых организацией, в том числе с учетом региональных особенностей профессиональной деятельности выпускников и потребностей работодателей).

Формы и методы проведения иной контактной работы приведены в Методических указаниях по основной профессиональной образовательной программе.

### 4.2.2 Самостоятельная работа

| №п/п | Наименование темы (раздела) дисциплины                                                 | Вид самостоятельной работы ***                                                 |
|------|----------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------|
| 1.   | Введение в психологию массовых коммуникаций                                            | - подготовка доклада<br>- подготовка электронной презентации<br>- тестирование |
| 2.   | Социально-психологическая характеристика структурных компонентов массовой коммуникации | - подготовка доклада<br>- подготовка электронной презентации<br>- тестирование |

\*\*\* самостоятельная работа в семестре, написание курсовых работ, докладов, выполнение контрольных работ

## 5. Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение дисциплины

### 5.1 Литература:

#### Основная литература

1. Виноградова, С. М. Психология массовой коммуникации : учебник для вузов / С. М. Виноградова, Г. С. Мельник. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 428 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-19592-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/560040>

#### Дополнительная литература

1. Гулевич, О. А. Психология массовой коммуникации: от газет до интернета : учебник для вузов / О. А. Гулевич. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 245 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-21264-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/569444>
2. Антонова, Н. В. Психология массовых коммуникаций : учебник и практикум для вузов / Н. В. Антонова. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 373 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00520-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/560000>

### **Литература для самостоятельного изучения**

1. Новиков, Д. В. Психология массовых коммуникаций: учеб. пособие / Д. В. Новиков, А.В. Иванов. - Комсомольск-на-Амуре: ФГБОУ ВПО «КНАГТУ», 2023. – 76 с.
2. Психология массовой коммуникации и рекламы: Учебник для бакалавриата / О.С. Маркина, С.В. Молчанов, Н.Н. Поскребышева [и др.]. — М.: Прометей, 2023.-346 с.
3. Психология массовых коммуникаций: учебник / А.М. Руденко, А.В. Литвинова; под ред. А.М. Руденко. — Москва: РИОР: ИНФРА-М, 2023. - 303 с. (Высшее образование). — DOI: <https://doi.org/10.12737/23673>

### **5.2. Перечень лицензионного программного обеспечения**

1. Astra Linux Special Edition «Смоленск», «Орел»; РедОС ; ОС "Альт Рабочая станция" 10; ОС "Альт Образование" 10
2. МойОфис Стандартный 2, МойОфис Образование, Р7-Офис Профессиональный, МойОфис Стандартный 3, МойОфис Профессиональный 3

### **5.3 Современные профессиональные базы данных, к которым обеспечивается доступ обучающихся**

1. Профессиональная база данных «Информационные системы Министерства экономического развития Российской Федерации в сети Интернет» (Портал «Официальная Россия» - <http://www.gov.ru/>)
2. Государственная система правовой информации «Официальный интернет-портал правовой информации» (<http://pravo.gov.ru/>)
3. Профессиональная база данных «Финансово-экономические показатели Российской Федерации» (Официальный сайт Министерства финансов РФ - <https://www.minfin.ru/ru/>)
4. Профессиональная база данных «Официальная статистика» (Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики - <http://www.gks.ru/>)

### **5.4. Информационно-справочные системы, к которым обеспечивается доступ обучающихся**

1. Справочно-правовая система «Консультант Плюс»
2. Справочно-правовая система «ГАРАНТ-Максимум»

### **5.5. Специальные помещения**

|                                                                                   |                                                                                                                                 |
|-----------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа                         | Комплекты ученической мебели<br>Мультимедийный проектор<br>Доска<br>Экран                                                       |
| Учебные аудитории для проведения практических занятий (занятий семинарского типа) | Комплекты ученической мебели<br>Мультимедийный проектор<br>Доска<br>Экран<br>Компьютеры с выходом в сеть «Интернет» и ЭИОС СГЭУ |

|                                                                      |                                                                                                                                 |
|----------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Учебные аудитории для групповых и индивидуальных консультаций        | Комплекты ученической мебели<br>Мультимедийный проектор<br>Доска<br>Экран<br>Компьютеры с выходом в сеть «Интернет» и ЭИОС СГЭУ |
| Учебные аудитории для текущего контроля и промежуточной аттестации   | Комплекты ученической мебели<br>Мультимедийный проектор<br>Доска<br>Экран<br>Компьютеры с выходом в сеть «Интернет» и ЭИОС СГЭУ |
| Помещения для самостоятельной работы                                 | Комплекты ученической мебели<br>Мультимедийный проектор<br>Доска<br>Экран<br>Компьютеры с выходом в сеть «Интернет» и ЭИОС СГЭУ |
| Помещения для хранения и профилактического обслуживания оборудования | Комплекты специализированной мебели для хранения оборудования                                                                   |

## 5.6 Лаборатории и лабораторное оборудование

## 6. Фонд оценочных средств по дисциплине Психология массовых коммуникаций:

### 6.1. Контрольные мероприятия по дисциплине

| Вид контроля           | Форма контроля          | Отметить<br>нужное<br>знаком<br>« + » |
|------------------------|-------------------------|---------------------------------------|
| Текущий контроль       | Оценка докладов         | +                                     |
|                        | Устный/письменный опрос | +                                     |
|                        | Тестирование            | +                                     |
|                        | Практические задачи     | -                                     |
| Промежуточный контроль | Зачет                   | +                                     |

Порядок проведения мероприятий текущего и промежуточного контроля определяется Методическими указаниями по основной профессиональной образовательной программе высшего образования; Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры в федеральном государственном автономном образовательном учреждении высшего образования «Самарский государственный экономический университет».

### 6.2. Планируемые результаты обучения по дисциплине, обеспечивающие достижение планируемых результатов обучения по программе

#### Профессиональные компетенции (ПК):

ПК-2 - Способен организовывать и проводить социально-психологические исследования и мероприятия, а также анализировать их результаты и оформлять научную документацию на основе применения общепрофессиональных знаний и умений в профессиональной сфере деятельности

|                        |                                               |
|------------------------|-----------------------------------------------|
| Планируемые результаты | Планируемые результаты обучения по дисциплине |
|------------------------|-----------------------------------------------|

|                                                         |                                                                                                                                                                                                                                           |                                                                                                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                                                                                                                                               |
|---------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| обучения по программе                                   |                                                                                                                                                                                                                                           |                                                                                                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                                                                                                                                               |
|                                                         | ПК-2.1: Знать:                                                                                                                                                                                                                            | ПК-2.2: Уметь:                                                                                                                                                                                                                                        | ПК-2.3: Владеть (иметь навыки):                                                                                                                                                                                                                               |
|                                                         | методику проведения социально-психологических исследований и мероприятий, а также анализ их результатов и оформление научной документации на основе применения общепрофессиональных знаний и умений в профессиональной сфере деятельности | организовывать и проводить социально-психологические исследования и мероприятия, а также анализировать их результаты и оформлять научную документацию на основе применения общепрофессиональных знаний и умений в профессиональной сфере деятельности | способностями организации и проведения социально-психологических исследований и мероприятий, а также анализа их результатов и оформления научной документации на основе применения общепрофессиональных знаний и умений в профессиональной сфере деятельности |
| Пороговый                                               | методику проведения социально-психологических исследований и мероприятий,                                                                                                                                                                 | организовывать и проводить социально-психологические исследования и мероприятия,                                                                                                                                                                      | способностями организации и проведения социально-психологических исследований и мероприятий,                                                                                                                                                                  |
| Стандартный<br>(в дополнение к пороговому)              | а также анализ их результатов и оформление научной документации                                                                                                                                                                           | а также анализировать их результаты и оформлять научную документацию                                                                                                                                                                                  | а также анализа их результатов и оформления научной документации                                                                                                                                                                                              |
| Повышенный<br>(в дополнение к пороговому, стандартному) | на основе применения общепрофессиональных знаний и умений в профессиональной сфере деятельности                                                                                                                                           | на основе применения общепрофессиональных знаний и умений в профессиональной сфере деятельности                                                                                                                                                       | на основе применения общепрофессиональных знаний и умений в профессиональной сфере деятельности                                                                                                                                                               |

### 6.3. Паспорт оценочных материалов

| № п/п | Наименование темы (раздела) дисциплины                                                 | Контролируемые планируемые результаты обучения в соотношении с результатами обучения по программе | Вид контроля/используемые оценочные средства |               |
|-------|----------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------|---------------|
|       |                                                                                        |                                                                                                   | Текущий                                      | Промежуточный |
| 1.    | Введение в психологию массовых коммуникаций                                            | ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3                                                                            | Оценка докладов<br>Устный/письменный опрос   | Зачет         |
| 2.    | Социально-психологическая характеристика структурных компонентов массовой коммуникации | ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3                                                                            | Оценка докладов<br>Устный/письменный опрос   | Зачет         |

## 6.4.Оценочные материалы для текущего контроля

### Примерная тематика докладов

| Раздел дисциплины                                                                      | Темы                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|----------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Введение в психологию массовых коммуникаций                                            | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Влияние СМК на современное общество.</li> <li>2. Основные аспекты теории коммуникации.</li> <li>3. Основные направления исследования массовой коммуникации.</li> <li>4. Коммуникация в современном обществе.</li> <li>5. Кино как коммуникация.</li> <li>6. Молчание как коммуникация.</li> <li>7. Танец как коммуникация.</li> <li>8. Особенности коммуникации в первобытном обществе.</li> <li>9. Особенности коммуникации в странах Востока.</li> <li>10. Особенности коммуникации в Древней Греции.</li> <li>11. Особенности коммуникации в СССР.</li> <li>12. Эффективность СМК.</li> <li>13. Проблема свободы слова и прав личности в СМК.</li> <li>14. Проблема насилия в СМИ.</li> <li>15. Манипулятивные технологии в системе массовой коммуникации.</li> <li>16. Формирование российской системы СМИ.</li> <li>17. Особенности рекламы в разных типах СМИ.</li> <li>18. Механизмы воздействия на массовое сознание в массовой коммуникации.</li> <li>19. Оценка влияния СМИ на аудиторию.</li> <li>20. Характеристика аудитории массовой коммуникации.</li> </ol>                                         |
| Социально-психологическая характеристика структурных компонентов массовой коммуникации | <ol style="list-style-type: none"> <li>21. Международный опыт перехода к информационному обществу.</li> <li>22. Благотворительность в СМК.</li> <li>23. Пропаганда как специфический информационный процесс.</li> <li>24. Роль цензуры в СМК.</li> <li>25. Роль СМИ в формировании стереотипов общественного сознания.</li> <li>26. Психологические эффекты СМИ.</li> <li>27. Социальная реклама в СМИ.</li> <li>28. Реклама в современной России.</li> <li>29. История развития ПР за рубежом и в России.</li> <li>30. Психология ПР-взаимодействий со СМИ.</li> <li>31. Формирование образа мира с помощью СМК.</li> <li>32. Проблема психологической безопасности воздействия МК</li> <li>33. Психологические аспекты интернет-зависимости.</li> <li>34. Роль развлекательных передач в российском обществе.</li> <li>35. Феномен телесериала.</li> <li>36. Особенности и формы мобильной коммуникации.</li> <li>37. Феномен медиазависимости.</li> <li>38. Моделирование социально-одобряемого поведения с помощью СМК.</li> <li>39. Механизмы воздействия на подсознание в МК.</li> <li>40. Социальные стереотипы в представлениях аудитории.</li> </ol> |

### Вопросы для устного/письменного опроса

| Раздел дисциплины                           | Вопросы                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|---------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Введение в психологию массовых коммуникаций | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Понятие и основные характеристики массовой коммуникации.</li> <li>2. Структура массовой коммуникации, краткая характеристика</li> <li>3. основных элементов.</li> <li>4. Функции массовой коммуникации, ее особенности.</li> <li>5. Особенности общения в условиях массовой коммуникации.</li> <li>6. Коммуникативное пространство: сущность и содержание.</li> <li>7. Базовые модели массовой коммуникации.</li> </ol> |

|                                                                                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|----------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                                        | <ol style="list-style-type: none"> <li>8. Модели процесса убеждения.</li> <li>9. Модели распространения информации и влияния.</li> <li>10. Эффективность и эффекты массовой коммуникации.</li> <li>11. Бихевиоризм, гештальтпсихология и когнитивизм в теории</li> <li>12. массовой коммуникации.</li> <li>13. Фрейдизм, гуманистическая психология и аксиология в теории</li> <li>14. массовой коммуникации</li> <li>15. Роль СМИ в формировании и трансляции ценностей современного</li> <li>16. русского общества.</li> <li>17. Понятие, структура и основные характеристики средств массовой</li> <li>18. коммуникации.</li> <li>19. Типология средств массовой коммуникации, их краткая</li> <li>20. характеристика.</li> <li>21. Печатные виды массовой коммуникации.</li> <li>22. Радио как СМК.</li> <li>23. Телевидение как СМК.</li> <li>24. Особенности интернета как вида СМК, его основные функции.</li> <li>25. Интернет-зависимость: понятие, содержание, признаки.</li> <li>26. Телевидение, радио и интернет: специфика воздействия на</li> <li>27. аудиторию.</li> </ol>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| Социально-психологическая характеристика структурных компонентов массовой коммуникации | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Массовое сознание как объект деятельности массовой</li> <li>2. коммуникации: понятие, характеристика, структура.</li> <li>3. Общественное мнение: сущность, особенности, стадии</li> <li>4. формирования.</li> <li>5. Роль СМИ в формировании и регулировании общественного</li> <li>6. мнения.</li> <li>7. Понятие, структура и виды психологического воздействия.</li> <li>8. Основные механизмы психологического воздействия</li> <li>9. Методы психологического воздействия на подсознание аудитории.</li> <li>10. Средства защиты личности и общества от манипулятивного</li> <li>11. воздействия СМИ.</li> <li>12. Понятие и основные характеристики массовой информации.</li> <li>13. Механизм превращения социальной информации в массовую.</li> <li>14. Тематический и жанровый контент СМИ (на примере конкретного</li> <li>15. СМИ).</li> <li>16. Специфика подачи информационных сообщений.</li> <li>17. Проблема свободы слова и прав личности в СМИ.</li> <li>18. Понятие и основные характеристики аудитории СМИ:</li> <li>19. количественный и социально-демографический аспекты.</li> <li>20. Социальные стереотипы в представлениях аудитории (на</li> <li>21. конкретных примерах).</li> <li>22. Мотивы обращения аудитории к СМИ.</li> <li>23. Типология аудитории СМИ. Характеристика аудитории (на</li> <li>24. примере конкретного СМИ).</li> <li>25. Образ различных социальных групп в СМИ (на конкретном</li> <li>26. примере).</li> <li>27. Понятие и основные особенности коммуникатора в СМИ, его</li> <li>28. социально-демографические и личностные характеристики.</li> <li>29. Особенности восприятия коммуникатора аудиторией СМИ.</li> <li>30. Социально-психологические модели коммуникатора.</li> <li>31. История взаимоотношений СМИ и государства (авторитарная</li> <li>32. модель, либертарианская теория прессы, «теория объективного</li> <li>33. репортажа»).</li> <li>34. Модель независимой прессы, социалистическая модель, модель</li> <li>35. развития.</li> <li>36. Модель социальной ответственности, модель демократического</li> </ol> |

|  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|--|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  | 25. представительства, авторитарная модель.<br>26. Место цензуры в отношениях государства и СМИ.<br>27. Характеристика пропаганды, ее основные методы.<br>28. Роль СМИ в развитии гражданского общества.<br>29. Социальная реклама, ее эффективность в обществе.<br>30. Проблема насилия в СМИ: зарубежный и отечественный опыт решения.<br>31. Положительные и отрицательные последствия влияния СМИ на личность.<br>32. Роль СМИ в профессиональном становлении личности.<br>33. СМИ как фактор социализации личности. |
|--|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

**Задания для тестирования по дисциплине для оценки сформированности компетенций (min 20, max 50 + ссылку на ЭИОС с тестами)**

Размещены в ЭИОС СГЭУ <https://lms2.sseu.ru/course/index.php?categoryid=1915>

Концепции психологии масс содержали в себе важные социально-психологические закономерности:

- взаимодействия людей в толпе;
- отношений массы и элиты;
- влияния массовой культуры на общественное и индивидуальное сознание;
- верны только ответы А и В;
- все ответы верны; +
- все ответы неверны

Паника – это ...

- особое эмоциональное состояние, возникающее как следствие либо дефицита информации о какой-то пугающей или непонятной ситуации, либо ее чрезмерный избыток и проявляющийся в стихийных импульсивных действиях +
- боязнь всего и вся, ослепляет общество, сеет раздоры, люди начинают бояться друг друга
- эмоция особой интенсивности.

Террор трактуется как эффективный инструмент политической деятельности – как мотив

- идеологический +
- культурологический
- рациональный

Найдите правильный ответ: концепция психология масс разрабатывалась исследователями:

- В. Вундтом;
- Г. Лебоном; +
- У. Мак-Дагулом; +
- Г. Тардом +

Вклад Н. К. Михайловского в психологию масс в России:

- опубликовал в 1898 г. первое специальное социально-психологическое произведение «Коллективная рефлексология»;
- представитель психологической школы, по его мнению, социально-психологическому фактору принадлежит решающая роль в ходе исторического процесса; +
- исследовал массовые психические процессы

Что представляет собой скопление людей с точки зрения Лебона. Выберите правильный вариант ответа:

- массу;
- элиту;
- толпу. +

К факторам возникновения массовых беспорядков относят:

- физиологические и психофизиологические факторы (алкоголь, наркотики, геомагнитные возмущения, неблагоприятные погодные условия). +
- ощущение социальной фрустрации - «невозможности исполнения никаких надежд». +
- ситуативные факторы - «военные вожди», «булыжник – орудие пролетариата», доступные возмездия жертвы, анонимность. +
- неадекватные действия властей по предотвращению массовых беспорядков. +
- «синхронизация соответствующих эмоций», вызванных состоянием общественного бытия, его неурядицами и тревогами. +

Наиболее точным определением предмета психологии массовой коммуникации является на современном этапе:

- массовая коммуникация.
- массовые коммуникации.
- психологические процессы масс. +
- закономерности массовых явлений.
- опосредованное общение с помощью технических средств.

Выберите функции массовой коммуникации, определяющие ее психологическую актуальность:

- распространение знаний о действительности, информирование. +
- социальный контроль и управление. +
- интеграция общества и его саморегуляция. +
- формирование общественного мнения. +
- социальное воспитание. +
- распространение культуры. +
- социальная активация личности. +
- самоутверждение (самопознание и самореализация). +
- социальная идентификация. +
- социальная релаксация +

Структура личности как база восприятия и обработки информации и есть главный барьер на пути влияния массовой коммуникации:

- да. +
- нет.
- зависит от ситуации.

Исключите из перечня лишние элементы цепи массовой коммуникации:

- источник.
- средства.
- аудитория.
- сообщения.
- текст.
- персональный компьютер. +

Выберите социально-психологические механизмы восприятия коммуникатора:

- идентификация. +
- эмпатия. +
- аттракция. +
- персонификация. +
- когнитивный баланс. +
- олицетворение. +
- символизация. +
- социальная рефлексия. +
- социальная перцепция. +

Дополните основных методов психологического воздействия в массовой коммуникации убеждение, внушение, заражение, ...».

- нлр.
- стереотипизация. +
- формирование установок. +
- формирование потребностей.
- формирование мотивов.
- формирование ожиданий.
- формирование интересов.
- формирование коллективных представлений.
- формирование коллективных предрассудков.
- огруппление мышления.
- обучение. +
- подражание. +

Исключите из списка понятия, которые не являются приемами манипулирования общественным сознанием в массовой коммуникации:

- утаивание информации.
- смещение акцентов.
- искажение информации.
- логические ловушки.
- мода. +
- универсальные высказывания.
- неявные указания на общепризнанные нормы.
- иллюзии взаимопонимания.
- реклама. +
- пропаганда.

В терминах теории установки выберите уровни, характеризующие складывание коммуникативного влияния:

- когнитивный уровень. +
- уровень потребностей.
- мотивационный уровень. +
- аксиологический уровень. +
- аффективный уровень. +
- поведенческий уровень. +

Методы активизации творческого мышления журналиста включают:

- метод записной книжки. +
- метод аналогий. +
- метод ассоциаций. +
- «мозговой штурм». +
- Измененные состояния сознания. +

Психологическая эффективность массовой коммуникации, это, в первую очередь:

- Адекватный коммуникативный стиль коммуникатора.
- Удовлетворенность характеристиками общения.
- Гармония социального взаимодействия.
- Наличие обратной связи. +

Основоположником изучения подражания как механизма распространения моды был:

- Г. Тард. +
- Джо Бруммель.
- Е. Тремнер.
- Р. Барт.

Объектом изучения медиапсихологии является:

- личность и социальное поведение; +

- этапы развития массовых коммуникаций;
- технические средства передачи информации.

Основным объектом изучения З.Фрейда было:

- взаимоотношение бессознательных и сознательных процессов в деятельности человека; +
- изучение человека как целостной структуры;
- личностные характеристики и индивидуальность человека;
- внутренний мир человека.

В классификации массовидных явлений в сфере политики, созданной российским ученым А.И. Юревым, не присутствует следующее явление:

- психология исполнения политики;
- психология творения политики;
- психология распространения политики;
- психология отказа от политики; +
- психология повиновения политике.

К психологическим особенностям толпы не относится:

- неспособность к осознанию собственных действий, категоричность и консерватизм мышления, сильно развитое воображение, эмоциональная заражаемость, внушаемость и безответственность;
- структурированность, объединение общими интересами и движение к четко сформулированной цели, понятное как и участникам, так и окружающим; +
- актуализация у людей инстинктов правого полушария мозга (правое полушарие отвечает за чувства, а левое – за разум, логику), блокировка у индивидов сознания. такие люди в толпе перестают на время логически мыслить и отдавать отчет собственным действиям.

Работники СМИ в ситуациях, когда толпа собирается или волнения толпы уже идут, не должны:

- Освещая транспаранты и слыша лозунги толпы, ведя репортаж с места событий, проверять факты и отделять их от сплетен и слухов;
- Ведя репортаж с места событий, призывать людей выйти на улицы и убеждать участников толпы продолжать жестче выражать свои эмоции; +
- Ведя репортаж с места событий, лезть в толпу только при крайней профессиональной необходимости. Проникая в толпу, думать, как из нее выбраться.

Специалисты СМИ, стараясь воздействовать на свою аудиторию, часто обращаются к стремлению человека к подражанию. Под подражанием в психологии понимается:

- воздействие через демонстрацию конкретных, наглядных образов поведения и подразумевают их принятие и воспроизведение; +
- совокупность приемов, способов — в воздействии на нечто, в ведении дел, в изучении чего-либо;
- точный повтор физических действий одного человека другим.

Фоновым фактором воздействия на общественное мнение не являются:

- фоновые социально-психологические факторы;
- фоновые психологические факторы;
- фоновые экологические факторы. +

## 6.5. Оценочные материалы для промежуточной аттестации

**Фонд вопросов для проведения промежуточного контроля в форме зачета**

| Раздел дисциплины     | Вопросы                                                                                                                   |
|-----------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Введение в психологию | Взаимодействие понятий «общение», «информация», коммуникация» и «воздействие» в социальной психологии. Виды коммуникации. |

|                                                                                               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>массовых коммуникаций</p>                                                                  | <p>Особенности межличностной и массовой коммуникации. Массовая коммуникация: определения, виды, функции, механизмы. Массовая коммуникация как форма опосредованного общения. Социально-психологические теории и модели массовой коммуникации. Теория социально-когнитивная о роли СМК. Теория культивирования о роли СМК. Теория социализации о роли СМИ. Теория использования и удовлетворения о роли СМК. Психоаналитический подход к массовой коммуникации. Применение НЛП в массовой коммуникации. Источник сообщения массовой коммуникации: психологическое содержание. Особенности аудитории массовой коммуникации. Психогномика. Структура личности как база восприятия информации. Роль установки в процессе коммуникации. Роль стереотипа в процессе коммуникации. Роль авторитета и имиджа коммуникатора. Сообщение в массовой коммуникации как элемент цепи массовой коммуникации. Средства массовой коммуникации как элемент цепи массовой коммуникации. Мотивация и ожидания в механизме обращения СМИ к аудитории.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| <p>Социально-психологическая характеристика структурных компонентов массовой коммуникации</p> | <p>Психологические барьеры в цепи массовой коммуникации. Психологическая эффективность массовой коммуникации. Организация психологической экспертизы эффективности массовой коммуникации. Методы психологической экспертизы массовой коммуникации. Объективные и субъективные факторы эффектов массовой коммуникации. Ощущения в процессе восприятия информации. Внимание как фактор массовой коммуникации. Восприятие как фактор массовой коммуникации. Понятие апперцепции. Память в процессе восприятия информации. Мышление в процессе восприятия информации. Понимание сообщения как фактор функционирования массовой коммуникации. Основные психологические эффекты массовой коммуникации. Соотношение логических и эмоциональных апелляций к аудитории. Организация эмоционального восприятия информационного сообщения. Классификации методов воздействия массовой коммуникации. Доверие к информации СМИ: социальное и психологическое содержание. Коммуникативное воздействие как манипуляция. Манипулятивные приёмы воздействия в практике СМИ, рекламы и публичных речей. Психологическая безопасность массовой коммуникации. Психология творчества журналиста, создателя рекламы. Психологический портрет создателя сообщения – творческой группы. Создание психологического портрета создателя сообщения – творческой группы. Исследования самовосприятия коммуникатора. Исследования образа коммуникатора в восприятии слушателей, зрителей. Создание психологического портрета аудитории СМИ. Исследования образа «популярного» и «непопулярного» коммуникатора. Создание психологического портрета аудитории СМК и передач различного типа. Создание психологического портрета коммуникативного сообщения. Исследования коммуникативного стиля передачи.</p> |

|  |                                                                                                                      |
|--|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  | Массовая коммуникация и массовое поведение. Мода и массовая коммуникация.<br>Слухи как явление массовой коммуникации |
|--|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

#### 6.6. Шкалы и критерии оценивания по формам текущего контроля и промежуточной аттестации

##### Шкала и критерии оценивания

| Оценка       | Критерии оценивания для мероприятий контроля с применением 2-х балльной системы |
|--------------|---------------------------------------------------------------------------------|
| «зачтено»    | ПК-2                                                                            |
| «не зачтено» | Результаты обучения не сформированы на пороговом уровне                         |