

Минобрнауки России

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

«Оренбургский государственный университет»

Кафедра социальной психологии

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

ДИСЦИПЛИНЫ

«Б.1.В.ОД.8 Социальная психология массовых коммуникаций»

Уровень высшего образования

БАКАЛАВРИАТ

Направление подготовки

37.03.01 Психология

(код и наименование направления подготовки)

Социальная психология

(наименование направленности (профиля) образовательной программы)

Тип образовательной программы

Программа прикладного бакалавриата

Квалификация

Бакалавр

Форма обучения

Заочная

Год набора 2017

Рабочая программа рассмотрена и утверждена на заседании кафедры

Кафедра социальной психологии

наименование кафедры

протокол № 5 от "6" 02 2017г.

Заведующий кафедрой

Кафедра социальной психологии

наименование кафедры

подпись

А.И. Вишняков

расшифровка подписи

Исполнители:

Доцент кафедры социальной психологии

должность

подпись

О.С. Карымова

расшифровка подписи

должность

подпись

расшифровка подписи

СОГЛАСОВАНО:

Председатель методической комиссии по направлению подготовки

37.03.01 Психология

код наименования

личная подпись

расшифровка подписи

Л.В. Зубова

Заведующий отделом комплектования научной библиотеки

личная подпись

Н.Н. Грицай

расшифровка подписи

Уполномоченный по качеству факультета

личная подпись

расшифровка подписи

№ регистрации 55871

© Карымова О.С., 2017
© ОГУ, 2017

1 Цели и задачи освоения дисциплины

Цель дисциплины – дать представление о месте, роли и значении социальной психологии массовых коммуникаций в развитии психологической науки и в практической деятельности психолога, сформировать понимание базовых принципов современной социальной психологии массовых коммуникаций и методических подходов к решению задач по изучению средств массовой коммуникации, диагностике их эффективности и функционирования различных звеньев коммуникации: коммуникатора, аудитории, содержания.

Задачи:

1. Раскрыть теоретико-методологические и этические принципы деятельности психолога по изучению средств массовой коммуникации, диагностике их эффективности и функционирования различных звеньев коммуникации: коммуникатора, аудитории, содержания.

2. Сформировать представление о становлении и развитии социальной психологии массовых коммуникаций как области психологической науки и практики (включая наработанный ею комплекс методов и приемов для решения практических задач).

3. Обеспечить формирование системы базовых знаний о теоретических основах деятельности психолога по изучению средств массовой коммуникации, диагностике их эффективности и функционирования различных звеньев коммуникации: коммуникатора, аудитории, содержания.

4. Познакомить с многообразием методов и приемов по изучению средств массовой коммуникации, диагностике их эффективности и функционирования различных звеньев коммуникации: коммуникатора, аудитории, содержания.

5. Продемонстрировать специфику процедур и техник по изучению средств массовой коммуникации, диагностике их эффективности и функционирования различных звеньев коммуникации: коммуникатора, аудитории, содержания, которые применимы в различных областях деятельности психолога (в психологии образования, здравоохранения, организационной психологии, психологии труда, семейной психологии, пенитенциарной психологии и пр.).

6. Способствовать формированию у студентов основ профессионального мышления и этики поведения в ситуациях группового взаимодействия людей в массовой коммуникации.

2 Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина относится к обязательным дисциплинам (модулям) вариативной части блока 1 «Дисциплины (модули)»

Пререквизиты дисциплины: *Б.1.Б.19 Социальная психология*

Постреквизиты дисциплины: *Б.1.В.ОД.6 Психология лидерства*

3 Требования к результатам обучения по дисциплине

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих результатов обучения

Планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенций	Формируемые компетенции
Знать: особенности проведения психологического исследования, обследования, основные этапы процедуры проведения исследования Уметь: ставить цель и задачи исследования, проводить исследование,	ПК-8 способностью к проведению стандартного прикладного исследования в

Планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенций	Формируемые компетенции
составлять отчетную документацию, делать выводы в соответствии с целями и задачами Владеть: навыками проведения исследования, составления отчетной документации.	определённой области психологии

4 Структура и содержание дисциплины

4.1 Структура дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы (144 академических часа).

Вид работы	Трудоемкость, академических часов	
	3 семестр	всего
Общая трудоёмкость	144	144
Контактная работа:	20,5	20,5
Лекции (Л)	4	4
Практические занятия (ПЗ)	16	16
Промежуточная аттестация (зачет, экзамен)	0,5	0,5
Самостоятельная работа: - выполнение контрольной работы (КонтрР); - самоподготовка (проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий)	123,5 +	123,5
Вид итогового контроля (зачет, экзамен, дифференцированный зачет)	зачет	

Разделы дисциплины, изучаемые в 3 семестре

№ раздела	Наименование разделов	Количество часов				
		всего	аудиторная работа			внеауд. работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1	Массовая коммуникация в парадигме социальной психологии	23	1	2		20
2	Стороны общения и функции массовой коммуникации	25	1	2		22
3	Эффективность массовой коммуникации	24	2	2		20
4	Изображение различных социальных групп в СМК	22	-	2		20
5	Тематика сообщений СМК и ее влияние на аудиторию	24	-	4		20
6	Основные характеристики и методы исследования СМК	26	-	4		22
	Итого:	144	4	16		124
	Всего:	144	4	16		124

4.2 Содержание разделов дисциплины

Раздел №1 Массовая коммуникация в парадигме социальной психологии. Психология массовой коммуникации как предмет научного знания. Толпа и массовидные явления. Коммуникатор как лидер; теории лидерства. Теории психологии массовой коммуникации в разных школах. Специфические теории массовой коммуникации. Теории, связанные с влиянием культуры на человека. Методы психологии массовой коммуникации. Поведение личности в условиях группового влияния и давления. Оценка воздействия СМК на аудиторию.

Раздел № 2 Стороны общения и функции массовой коммуникации. Три стороны общения: интерактивная, перцептивная, коммуникативная (по Г.М. Андреевой); социально-психологические функции.

Раздел № 3 Эффективность массовой коммуникации. Социально-психологические особенности коммуникатора. Убеждение и внушение как средства воздействия коммуникатора на аудиторию. Социально-психологические особенности аудитории. Эффекты изменения установок аудитории. Показатели эффективности массовой коммуникации. Содержание информации как звено массовой коммуникации. Специфика различных средств массовой коммуникации.

Раздел № 4 Изображение различных социальных групп в СМК. Гендерные аспекты средств массовой коммуникации. Изображение женщин в средствах массовой коммуникации. Изображение мужчин в средствах массовой коммуникации. Кросс-культурные аспекты средств массовой коммуникации. Изображение этнического большинства и меньшинств в разных культурах. Последствия искаженного изображения социальных групп в СМК. Политические аспекты средств массовой коммуникации.

Политические новости и политический PR. Технологии и приемы политического манипулирования и политической рекламы.

Раздел № 5 Тематика сообщений СМК и ее влияние на аудиторию. Реклама в средствах массовой коммуникации. Реклама для женщин и мужчин в средствах массовой коммуникации. Детская реклама в средствах массовой коммуникации. Спорт в средствах массовой коммуникации. Мораль и нравственность в средствах массовой коммуникации. Последствия воздействия тематики сообщений СМК на аудиторию. Еда, алкоголь, наркотики в средствах массовой коммуникации.

Новости в средствах массовой коммуникации. Секс и насилие в средствах массовой коммуникации.

Раздел № 6 Основные характеристики и методы исследования СМК. Теоретические исследования СМИ: необихевиоризм, когнитивизм, социальный конструкционизм. Количественные методы: медиаметрия, контент-анализ, опрос, наблюдение, тесты, эксперименты. Качественные методы: метод фокус-групп, мета-анализ, дискурс-анализ.

4.3 Практические занятия (семинары)

№ занятия	№ раздела	Тема	Кол-во часов
1	1	Массовая коммуникация в парадигме социальной психологии	2
2	2	Стороны общения и функции массовой коммуникации	2
3	3	Эффективность массовой коммуникации	2
4	4	Изображение различных социальных групп в СМК	2
5-6	5	Тематика сообщений СМК и ее влияние на аудиторию	4

№ занятия	№ раздела	Тема	Кол-во часов
7-8	6	Основные характеристики и методы исследования СМК	4
		Итого:	16

4.4 Контрольная работа (3 семестр)

Контрольная работа направлена на умение отработать процедуры проведения и организации основных методов в психологии массовых коммуникаций:

- наблюдение;
- опрос;
- анкеты;
- интервью;
- фокус-группа;
- контент-анализ

Общая схема выполнения контрольной работы:

1. Определить тему в рамках дисциплины:

Примерные темы:

Влияние социальных сетей на мнение общества
 Формирование патриотизма в массовых коммуникациях
 Мода и ее распространение в массовых коммуникациях
 Политические настроения в обществе и так далее

2. Определить цели, задачи исследования

2.1 теоретический обзор проблемы

2.2 теоретический обзор метода: суть, преимущества, особенности проведения

3. Определить целевую аудиторию: пол, возраст, социальный статус

4. С учетом каждого метода разработать процедуру проведения и провести, с учетом целей и задача

5. Вывод и интерпретация

5 Учебно-методическое обеспечение дисциплины

5.1 Основная литература

1. [Никулина С. А.](#) Психология массовой коммуникации: учебное пособие М.: [Директ-Медиа](#), 2014 - 170 с. Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=235650&sr=1

5.2 Дополнительная литература

1. Андреева, Г. М. Социальная психология : учебник для студентов высших учебных заведений, обучающихся по направлению специальности "Психология" / Г. М. Андреева.- 5-е изд., испр. и доп. - Москва : Аспект Пресс, 2002. - 364 с.

2. Антонова, Н. В. Психология массовых коммуникаций : учебник и практикум для академического бакалавриата / Н. В. Антонова ; Высш. шк. экономики Нац. исслед. ун-т. - Москва : Юрайт, 2015. - 373 с.
3. Богомолова, Н.Н. Социальная психология массовой коммуникации / Н. Н. Богомолова . - М. : Аспект Пресс, 2010. - 192 с.
4. Болотова А. К., Жуков Ю. М. Психология коммуникаций: монография М.: Издательский дом Высшей школы экономики, 2015 - 496 с.
Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=439951&sr=1
5. Крысько, В. Г. Социальная психология: учебник для бакалавров / В. Г. Крысько; Гос. ун-т упр.- 4-е изд., перераб. и доп. - Москва : Юрайт, 2014. - 553 с
6. Руденский, Е. В. Социальная психология: курс лекций / Е. В. Руденский. - М. : ИНФРА-М ; Новосибирск , 1997. - 224 с.
7. Психологическое воздействие в межличностной и массовой коммуникации/ под ред. Журавлева А.Л., Павлова Н.Д. М.: Институт психологии РАН, 2014 - 400с.
Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=271662&sr=1

5.3 Периодические издания

1. Вопросы психологии : журнал. - М. : Агентство "Роспечать", 2017.
2. Психологический журнал : журнал. - М. : Академиздатцентр "Наука" РАН, 2017.

5.4 Интернет-ресурсы

<http://www.zipsites.ru/> - Психологическая электронная библиотека. Более 3200 электронных книг по психологии: диссертации, авторефераты, периодические издания, психологическая литература, психологические тесты, словари.

<http://www.psy.msu.ru/> -Сборник психологической литературы в интернете, рекомендованный факультетом психологии МГУ им. М.Ломоносова

<http://flogiston.ru/> -Психологическая библиотека в интернете, содержащая тексты классиков, монографии, книги по психологии

<http://www.jourclub.ru/> - Каталог статей и учебных пособий "JourClub", предназначенных для помощи студентам самых разных учебных заведений.

<http://www.portalus.ru/> - Крупнейшая онлайн-база авторских научных публикаций в России

5.5 Программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы современных информационных технологий

1. Операционная система Microsoft Windows
2. Пакет настольных приложений Microsoft Office (Word, Excel, PowerPoint, OneNote, Outlook, Publisher, Access)
3. Автоматизированная интерактивная система сетевого тестирования - АИССТ (зарегистрирована в РОСПАТЕНТ, Свидетельство о государственной регистрации программы для ЭВМ №2011610456, правообладатель – Оренбургский государственный университет), режим доступа - <http://aist.osu.ru>.

6 Материально-техническое обеспечение дисциплины

Лекционные, практические занятия по дисциплине проводятся в аудиториях факультета гуманитарных и социальных наук. Проведение лекционных и практических занятий, отвечающее современным требованиям к организации учебного процесса, предполагает оборудование аудитории аудиовизуальными средствами обучения, позволяющими наглядно представить реальный процесс профессионального образования и овладеть приемами педагогического анализа и рефлексии профессионально-педагогической деятельности. К числу таких средств относятся: ноутбук, проектор,

экран, система затемнения дневного освещения. Возможность использования компьютерной техники позволяет организовывать деятельность студентов по освоению содержания дисциплины и работы с программно-педагогическими средствами в индивидуальном режиме, что повышает эффективность освоения программного материала дисциплины.