Минобрнауки России

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Оренбургский государственный университет»

Кафедра связей с общественностью и журналистики

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

ДИСЦИПЛИНЫ

«Б.1.Б.34 Психология журналистики»

Уровень высшего образования

БАКАЛАВРИАТ

Направление подготовки
42.03.02 Журналистика
(код и наименование направления подготовки)

Общий профиль
(наименование направленности (профиля) образовательной программы)

Тип образовательной программы
Программа прикладного бакалавриата

Квалификация
Бакалавр

Форма обучения
Заочная

Год набора 2016

Рабочая программа рассмотрена и утверждена на заседании кафедры

Кафедра связей с общественностью и журналистики
наименование кафедры

протокол № _____от "___" _____ 20__г.

Заведующий кафедрой
Кафедра связей с общественностью и журналистики
наименование кафедры *подпись* *расшифровка подписи*

Исполнители:
ст. преподаватель — Колесина А.Ю.
должность *подпись* *расшифровка подписи*

должность *подпись* *расшифровка подписи*

СОГЛАСОВАНО:
Председатель методической комиссии по направлению подготовки
42.03.02 Журналистика
код наименование *личная подпись* *расшифровка подписи*

Заведующий отделом комплектования научной библиотеки
личная подпись Н.Н. Грицай *расшифровка подписи*

Уполномоченный по качеству факультета
личная подпись *расшифровка подписи*

№ регистрации _____

© Фомина А.Ю. 2016
© ОГУ, 2016

1 Цели и задачи освоения дисциплины

Цель (цели) освоения дисциплины:

- познакомить студентов с основными социально-психологическими проблемами, связанными со структурными компонентами массовой коммуникации;
- сформировать системное понимание закономерностей психологических процессов, лежащих в основе феноменов индивидуального творчества и массовой коммуникации;
- рассмотреть особенности коллективного восприятия и переработки информации;
- выявить роль СМИ в использовании механизмов «публичного восприятия».

Задачи:

-уметь соотносить процесс эволюции мышления и стилей, методов творческой деятельности журналиста с развитием технологий массовой коммуникации;

-грамотно использовать психологический материал для улучшения работы СМИ;

- уметь анализировать важнейшие психологические категории, по-особому функционирующие в средствах массовой информации в условиях современных реалий;

-адаптироваться к постоянно меняющимся внешним условиям коммуникационной практики

2 Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина относится к базовой части блока 1 «Дисциплины (модули)»

Пререквизиты дисциплины: *Б.1.Б.11 Концепции современного естествознания, Б.1.Б.14 Основы теории журналистики, Б.1.Б.32 Профессиональная этика журналиста*

Постреквизиты дисциплины: *Б.1.В.ОД.4 Технология интервью*

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: содержание понятий: психология журналистики, психология массовой коммуникации, психология творчества журналиста. **Уметь:** применять базовые психологические знания в практической работе с различными группами населения, для решения профессиональных задач. **Владеть:** базовыми навыками диагностики личности, методами самоанализа и социально-психологического эксперимента, навыками составления психологического портрета человека, психологической экспертизы текста СМИ	ОПК-10 способностью учитывать в профессиональной деятельности психологические и социально-психологические составляющие функционирования СМИ, особенности работы журналиста в данном аспекте

4 Структура и содержание дисциплины

4.1 Структура дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы (108 академических часов).

Вид работы	Трудоемкость, академических часов	
	7 семестр	всего
Общая трудоёмкость	**108**	**108**
Контактная работа:	**13,25**	**13,25**
Лекции (Л)	4	4
Практические занятия (ПЗ)	8	8
Консультации	1	1
Промежуточная аттестация (зачет, экзамен)	0,25	0,25
Самостоятельная работа: *- написание реферата (Р);* *- самоподготовка (проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий;* *- подготовка к практическим занятиям.*	**94,75**	**94,75**
Вид итогового контроля (зачет, экзамен, дифференцированный зачет)	**экзамен**	

Разделы дисциплины, изучаемые в 7 семестре

№ раздела	Наименование разделов	Количество часов				
		всего	аудиторная работа			внеауд. работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1	Психологические и социально- психологичекие аспекты функционирования массовой информации в обществе. Психологическая и социально-психологическая составляющая функций СМИ**.** Психологическая типология текстов СМИ. Парадигмы мышления и типы текстов.	27	1	2		24
2	Аудитория как социально-психологическая общность. Средства массовой коммуникации в парадигме социальной психологии. Новые информационные технологии: социально-психологический аспект**.**	27	1	2		24
3	Имидж и амплуа журналиста. Психология журналистского общения с источниками информации. Журналист как создатель продукции СМИ.	27	1	2		24
4	Психология манипуляции. Роль стереотипа в массовой коммуникации. Психология слухов. Механизм искажения содержания информации в процессе передачи слухов	27	1	2		24
	Итого:	108	4	8		96
	Всего:	108	4	8		96

4.2 Содержание разделов дисциплины

1.Психологические и социально - психологические аспекты функционирования массовой информации в обществе. Психологическая и социально-психологическая составляющая функций СМИ. Психологическая типология текстов СМИ. Парадигмы мышления и типы текста.

Коммуникативный процесс: единство деятельности, общения, познания. Психологическая компонента в современной массовой коммуникации. Сращивание журналистики и психологии. Психологические эффекты массовой коммуникации**.** Психологические исследования в журналистике. Теории массовой коммуникации. Социально-психологические функции СМИ. Особенности восприятия массово-информационных текстов. Мифологический текст в современной журналистике. Рационалистическое мышление и убеждающий текст. Позитивное мышление и прагматический текст. Драйв-мышление и гедонистический текст. Смысл и эмоции: взаимовлияние, противоречия.

2.Аудитория как социально-психологическая общность. Средства массовой коммуникации в парадигме социальной психологии. Новые информационные технологии: социально-психологический аспект.

Типология аудитории (реальная, потенциальная, расчетная. Теория двухступенчатого коммуникационного потока. Лидеры мнений. Психологический и социально-психологический подход к изучению аудитории. Процессы массовизации и индивидуализации потребления массовой информации. «Парадокс эффективности». Мотивы и потребности аудитории. Соотношение логических и эмоциональных апелляций к аудитории. Эмоциональная доминанта восприятия. Пути поведения журналиста по отношению к аудитории. Интерактивность в журналистике как одна из форм организации и проявления диалоговых отношений с аудиторией. Игрореализация в современной журналистской практике.

Канал в системе массовой коммуникации. Влияние специфики канала на восприятие информации. Новые информационные технологии: социально-психологический аспект.

3.Имидж и амплуа журналиста. Психология журналистского общения с источниками информации. Журналист как создатель продукции СМИ.

Персонификация программ на телевидении и радио. Моделирование социального имиджа журналиста:

а) по типу контакта;
б) по уровню близости;
в) по функции в процессе социализации.

Публичная и приватная индивидуальность. Типы имиджа. Пути построения имиджа (требования канала, требовании аудитории, цели имиджевой коммуникации, возможности объекта).

Профессионально – психологические качества журналиста. Специфика журналистского мышления:

-способность «к сцеплению фактов»;
- цельность восприятия;
- способность к ассоциативному мышлению;
- гибкость мышления.

Особенности психических процессов. Темперамент и характер. Память и внимание. Воображение. Интерес как фактор коммуникации и основа ее эффективности. Внимание. Виды внимания. Способы удержания внимания. Эффект Зейгарник. Кризис внимания.

Психология интервью. Три стороны общения в условиях массовой коммуникации. Перцепция. Вербальная и невербальная коммуникация. Интеракция. «Пространственная психология». Массовая коммуникация и межличностное общение. Национальные особенности коммуникации.

4.Психология манипуляции. Роль стереотипов и слухов в массовой коммуникации.

Понятие манипуляции. Эффект бумеранга. Эффект ореола. Механизм действия психологической установки. Стереотипы. Виды стереотипов. Механизм укрепления стереотипов. Роль СМИ в распространении стереотипов. Факторы, способствующие возникновению стереотипа. Стереотип и предрассудок. Роль стереотипа в массовой коммуникации. Слухи как массовое психологическое явление. Коммуникативные характеристики слухов. Механизм искажения содержания информации в процессе передачи слухов. Классификация слухов. Особенности циркуляции слухов. Противодействие слухам. Понятие «слухоустойчивой» среды». Место слухов в системе массовой коммуникации.

4.3 Практические занятия (семинары)

№ занятия	№ раздела	Тема	Кол-во часов
1	1	Анализ психологической типологии текстов СМИ.	2
2	2	Канал в системе массовой коммуникации. Влияние специфики канала на восприятие информации.	2
3	3	Типы имиджа. Пути построения имиджа (требования канала, требовании аудитории, цели имиджевой коммуникации, возможности объекта). Вербальная и невербальная коммуникация.	2
4	4	Механизм искажения содержания информации в процессе передачи слухов.	2
		Итого:	8

5 Учебно-методическое обеспечение дисциплины

5.1 Основная литература

1. Богомолова, Н. Н.Социальная психология массовой коммуникации [Текст] : учеб. пособие для вузов / Н. Н. Богомолова . - М. : Аспект Пресс, 2010. - 192 с. - Прил.: с. 178-191. - Библиогр.: с. 170-177. - ISBN 977567-0513-3 28 экз.

2. Крысько, В. Г. Социальная психология [Текст] : учебник для бакалавров / В. Г. Крысько; Гос. ун-т упр.- 4-е изд., перераб. и доп. - Москва : Юрайт, 2014. - 553 с. - (Бакалавр. Базовый курс). - На тит. л.: Книга доступна в электронной библиотечной системе biblio-online.ru. - Библиогр.: с. 547-553. - ISBN 978-5-9916-2588-3.45 экз.

3. Никулина С.А. Психология массовой коммуникации / С.А. Никулина, 2014, Директ-Медиа. - 170 с. с.

Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=235650

4. Олешко В.Ф. Психология журналистики / В.Ф. Олешко, 2014, Издательство Уральского университета. - 478 с. с.

Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=276355

5. Прохоров Е. П. Введение в теорию журналистики [Текст]: учебник для студентов высших учебных заведений, обучающихся по направлению 520600 и специальности 021400 "Журналистика" / Е. П. Прохоров.- 8-е изд., испр. - М. : Аспект Пресс, 2012. - 351 с - ISBN 978-5-7567-0615-4 12 экз.

5.2 Дополнительная литература

1. Андреева, Г.М.Социальная психология [Текст] : 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. - Имен. указ.: с. 350-354. - Библиогр.: с. 355-360. - ISBN 5-7567-0274-1. 12 экз.

2. Жижина, М. В. Медиакультура [Текст] : культур.-психол. аспекты: [монография] / М. В. Жижина. - М. : Вузовская книга, 2009. - 188 с. : ил. - Библиогр.: с. 172-184. - ISBN 978-5-9502-0393-0 6 экз.

3. Кинг, Л. Как разговаривать с кем угодно, когда угодно и где угодно = How to Talk to Anyone, Anytime, Anywhere [Комплект] : пер. с англ. / Л. Кинг.- 3-е изд. - М. : Альпина Бизнес Букс, 2008. - 204 с. + 1 электрон. опт. диск (CD-ROM). - Видеосеминар Антона Хрекова "Информационая телепрограмма от "А" до "Я" - ISBN 978-5-9614-0835-5 6 экз.

4. Мельник, Г. С. Общение в журналистике [Текст] : секреты мастерства / Г. С. Мельник. - СПб. : Питер, 2006. - 217 с. : ил. - Прил.: с. 207-211. - Библиогр.: с. 212-216. - ISBN 5-469-00267-5 1 экз.

5. Олешко, В. Ф. Психология журналистики [Текст] : учеб. пособие / В. Ф. Олешко . - СПб. : Изд-во Михайлова В.А., 2008. - 240 с. - (Библиотека профессионального журналиста) - ISBN 5-8016-0288-7 9 экз.

6. Пронина, Е. Е. Психология журналистского творчества [Текст] : монография / Е. Е. Пронина. - М. : МГУ, 2002. - 320 с. - ISBN 5-211-04533-5 4 экз.

5.3 Периодические издания

Журналы:

- «Вестник Московского университета». Серия 10. Журналистика;

- «Журналист»;

- «Журналистика и медиарынок»; (Шишкин, П.
5 советов молодому журналисту / П. Шишкин // Журналистика и медиарынок, 2015. - № 6. - С. 104 СТАТЬЯ.)

- «BROADCASTING: телевидение и радиовещание

5.4 Интернет-ресурсы

www.azps.ru (Психология от А до Я)
www.library.cjes.ru/online (Библиотека Центра Экстремальной журналистики)

www.yanko.lib.ru/gum.html (Библиотека Славы Янко)
www.mediascope.ru (Портал научных исследований СМИ)
www.kinoart.ru (Интернет-версия журнала «Искусство кино»)
www.journ.msu.ru (сайт факультета журналистики МГУ)
www.ru.wikipedia.org/ (Свободная энциклопедия)
www.library.by (Белорусская цифровая библиотека)
www.journalist-virt.ru (Интернет-версия журнала «Журналист»)
www.soc.lib.ru (Библиотека по социологии, психологии, управлению)
www.philosophy.ru (Философский портал)
www.ecoumberto.net.ru (Книги и статьи Умберто Эко)

5.5 Программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы

1. Microsoft Word
2. Microsoft Office
3. Internet Explorer

6 Материально-техническое обеспечение дисциплины

Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, семинарского типа, для проведения групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.

Аудитории оснащены комплектами ученической мебели, техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Помещение для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой, подключенной к сети "Интернет", и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду ОГУ.