

ПСИХОЛОГИЯ МАССОВОЙ КОММУНИКАЦИИ

1. Цель освоения дисциплины

Освоение теоретических и практических основ психологии массовой коммуникации, включая ее приложения к решению задач психологического просвещения.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина «Психология массовой коммуникации» относится к вариативной части блока дисциплин и является дисциплиной по выбору.

Для освоения дисциплины «Психология массовой коммуникации» обучающиеся используют знания, умения, способы деятельности и установки, сформированные в ходе изучения дисциплин «Иностранный язык», «Информационные технологии в психологии», «Культура устной и письменной речи», «Практикум академической компетентности».

Освоение данной дисциплины является необходимой основой для последующего изучения дисциплин «Кейс-менеджмент в профессиональной деятельности», «Компьютерная коммуникация в психологии», «Компьютерная психодиагностика», «Консультирование по проблемам возрастного развития», «Консультирование по проблемам трудностей в обучении», «Конфликтология», «Межведомственный подход в профессиональной деятельности», «Организационное поведение», «Основы девиантологии», «Основы социальной работы», «Психологическое сопровождение семьи группы риска», «Психология девиантного поведения», «Психология одаренности», «Психология семьи», «Психология социальной работы», «Социальное взаимодействие в межкультурной среде», прохождения практик «Научно-исследовательская (квалификационная) практика», «Научно-исследовательская работа (получение первичных навыков научно-исследовательской работы)», «Практика по получению профессиональных умений и навыков», «Производственная практика в профильных организациях».

3. Планируемые результаты обучения

В результате освоения дисциплины выпускник должен обладать следующими компетенциями:

- способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах) (УК-4);
- способен организовать работу по созданию системы психологического просвещения населения, работников органов и организаций социальной сферы (ПК-3).

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

знать

- основные понятия и направления исследований в психологии массовых коммуникаций;
- основные социально-психологические механизмы воздействия средств массовой коммуникации;
- возможности и ограничения использования материалов СМИ в психологическом просвещении; потенциал психологического просвещения для снижения негативного влияния СМИ на психологическое здоровье населения;

уметь

- анализировать феномены массовой коммуникации, понимать их природу;
- оценивать потенциальное воздействие средств массовой коммуникации на примерах конкретных ситуаций;
- анализировать материалы СМИ психологической направленности с точки зрения возможностей их использования в просветительской работе;

владеть

- отдельными социально-психологическими методами исследования массовой коммуникации;
- приемами и способами анализа ситуаций воздействия средств массовой коммуникации;
- приемами организации психологического просвещения с целью снижения рисков негативного влияния СМИ на психологическое здоровье населения.

4. Общая трудоёмкость дисциплины и её распределение

количество зачётных единиц – 2,
общая трудоёмкость дисциплины в часах – 72 ч. (в т. ч. аудиторных часов – 42 ч., СРС – 30 ч.),
распределение по семестрам – 4,
форма и место отчётности – зачёт (4 семестр).

5. Краткое содержание дисциплины

Изучение массовой коммуникации в социальной психологии.
Специфика массовой коммуникации. Различие традиционных каналов СМИ. Совершенные СМИ, основанные на компьютерной коммуникации. Психологические теории массовой коммуникации. Психологические аспекты изучения аудитории. Общая характеристика влияния массовой коммуникации: когнитивные, аффективные, физиологические и поведенческие изменения. Основные методы социально-психологического исследования массовой коммуникации и их специфика. Структурные компоненты массовой коммуникации. Средства (каналы) массовой коммуникации. Коммуникатор. Сообщение (контент) массовой коммуникации. Аудитория массовой коммуникации. Эффективность массовой коммуникации.

Социально-психологические механизмы воздействия средств массовой коммуникации. Познавательные процессы в процессе массовой коммуникации: ощущение и восприятие, внимание, мнемические процессы, мышление, воображение. Факторы, влияющие на понимание в процессе массовой коммуникации. Субъективные и объективные факторы понимания. Организация понимания сообщений в средствах массовой коммуникации. Роль установки и стереотипа в процессе массовой коммуникации. Влияние мотивов и потребностей на восприятие и понимание в процессе массовой коммуникации. Структура личности как база восприятия информации. Психологическое воздействие. Заражение, внушение, убеждение, подражание. Феномен группового давления.

Использование средств массовой коммуникации в психологическом просвещении. Средства массовой коммуникации, освещающие психологические вопросы. Проблема научной обоснованности представляемой в СМИ психологической информации. Возможности и ограничения использования материалов СМИ в психологическом просвещении. Поддержка критического мышления и рефлексивных механизмов как задача психологического просвещения, способствующая снижению рисков негативного влияния СМИ на психологическое здоровье населения.

6. Разработчик

Ивушкина Наталия Юрьевна, старший преподаватель кафедры психологии образования и развития ФГБОУ ВО «ВГСПУ».