

# 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», прохождения практики «Научно-исследовательская работа (получение первичных навыков научно-исследовательской работы)».

Освоение данной дисциплины является необходимой основой для последующего изучения дисциплин «Групповые формы психокоррекции в работе психолога», «Компьютерная коммуникация в психологии», «Компьютерная психодиагностика», «Консультирование по вопросам психологического здоровья», «Конфликтология», «Организационное поведение», «Основы психологического просвещения», «Психологическое консультирование по проблемам эмоционального благополучия личности», «Психологическое сопровождение семьи группы риска», «Психология девиантного поведения», «Психология одаренности», «Психология семьи», «Психология социальной работы», «Современные методы психокоррекционной работы», прохождения практик «Научно-исследовательская (квалификационная) практика», «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 – 48 ч., СРС – 24 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».