

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Серяков Владимир Дмитриевич
Должность: Ректор
Дата подписания: 07.03.2024 15:03:00
Уникальный программный идентификатор:
a8a5e969b08c5e57b011bba6b38ed24f6da2f41a

**АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ ИНСТИТУТ СОВРЕМЕННОГО
ОБРАЗОВАНИЯ И ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ**

Кафедра психологии

УТВЕРЖДАЮ

Ректор



В.Д. Серяков

«25» августа 2023 г.

Рабочая программа учебной дисциплины (модуля)

**ПСИХОЛОГИЯ
МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ**

(наименование учебной дисциплины (модуля))

37.03.01 Психология

(код и направление подготовки/специальности)

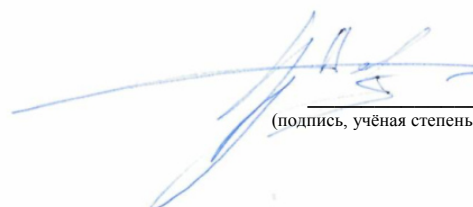
направленность (профиль): организационная психология

Квалификация (степень) выпускника – бакалавр

Формы обучения: очная, очно-заочная

Рабочая программа учебной дисциплины (модуля)
рассмотрена и утверждена на заседании кафедры
«16» августа 2023 г., протокол № 001-2023/24

Заведующий кафедрой психологии


/В.Е. Петров/
(подпись, учёная степень, учёное звание, ФИО)

Москва 2023

1. НАИМЕНОВАНИЕ И ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ).

Учебная дисциплина «Психология массовых коммуникаций» изучается обучающимися, осваивающими образовательную программу «Организационная психология» в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки 37.03.01 Психология, утвержденным приказом Министерства науки и высшего образования РФ от 29.07.2020 г. № 839 (ФГОС ВО 3++).

Цели освоения дисциплины: формирование у студентов компетенций в области научного представления о роли массовой коммуникации в современном мире, о её воздействии на психику человека и модели поведения, что позволит обучающимся эффективно взаимодействовать с большими аудиториями и осуществлять психологическое сопровождение процессов, связанных с влиянием массовой коммуникации на поведение и деятельность человека.

Задачи дисциплины:

- формирование у студентов представления о современных тенденциях развития массовой коммуникации и их влиянии на различные категории граждан;
- формирование понимания закономерностей психологических процессов в основе массовой коммуникации;
- овладение студентами психологическими технологиями массового общения.

Изучение учебной дисциплины направлено на подготовку обучающихся к осуществлению профессиональной деятельности по предоставлению психологических услуг в социальной сфере в соответствии с профессиональным стандартом «Психолог в социальной сфере», утвержденным приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 18 ноября 2013 г. № 682н, выполнению обобщенной трудовой функции по организации и предоставлению психологических услуг лицам разных возрастов и социальных групп (код А).

2. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ.

В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен овладеть следующими компетенциями:

ПК-3 – способен осуществлять психологическое сопровождение процессов, связанных с образованием и деятельностью различных категорий населения.

Формируемая компетенция	Планируемые результаты обучения		Код результата обучения
ПК-3 Способен осуществлять психологическое сопровождение процессов, связанных с образованием и деятельностью различных категорий населения.	Знать	психологические особенности коммуникационного процесса; структуру, виды, функции массовой коммуникации, её отличия от других видов коммуникации;	ПК-3 – 31
		психологические особенности и специфику общения медиакоммуникатора с аудиторией; приёмы использования вербальных и невербальных техник психологического воздействия на массовую аудиторию;	ПК-3 – 32
	Уметь	использовать эффективные стратегии и техники взаимодействия с массовой аудиторией, преодолевать коммуникативные барьеры в массовой коммуникации	ПК-3 – У1
		анализировать психологические основы массово-коммуникативного воздействия, сопоставлять различные результаты исследований медиа-	ПК-3 – У2

		аудитории и использовать их в профессиональной деятельности	
	Владеть	методами исследования коммуникатора, приёмами психологического анализа медиа сообщений	ПК-3 – В1
		навыками психологического исследования массовых коммуникаций, методами психологического воздействия в массовой коммуникации	ПК-3 – В2

3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ.

Б1.В.ДЭ.01.02. Психология массовых коммуникаций является элективной дисциплиной части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1 учебного плана и изучается студентами второго курса в четвёртом семестре очной обучения (полный срок обучения).

3.1. Требования к предварительной подготовке обучающегося:

Изучение дисциплины «Психология массовых коммуникаций» требует предварительной подготовки студентов по дисциплинам «Общая психология», «Социальная психология», «Психология общения».

3.2. Дисциплины (модули) и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:

Изучение дисциплины «Психология массовых коммуникаций» расширяет систему теоретических знаний и практических навыков полезных для прохождения производственной и преддипломной практик.

4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦАХ С УКАЗАНИЕМ КОЛИЧЕСТВА АКАДЕМИЧЕСКИХ ЧАСОВ, ВЫДЕЛЕННЫХ НА КОНТАКТНУЮ РАБОТУ ОБУЧАЮЩИХСЯ С ПРЕПОДАВАТЕЛЕМ (ПО ВИДАМ УЧЕБНЫХ ЗАНЯТИЙ) И НА САМОСТОЯТЕЛЬНУЮ РАБОТУ ОБУЧАЮЩИХСЯ.

Дисциплина предполагает изучение 6 тем.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачётные единицы (72 часа).

№	Форма обучения	семестр	Общая трудоемкость		В том числе контактная работа с преподавателем				сам. работа	вид контроля
			в з.е.	в часах	всего	лекции	семинары, ПЗ	кур.раб/контр. раб		
1	Очная	4	2	72	40	16	24		32	Зачет с оценкой
2	Очно-заочная	4	2	72	32	12	20		40	Зачет с оценкой

Очная форма обучения

Наименование разделов и тем	Всего учебных занятий (час)	Контактная работа обучающихся с преподавателем: (час)				контроль	Самостоятельная работа (час)	Код результата обучения
		всего	занятия лекционного типа	занятия семинарского (практического) типа	курсовое проектирование			
4 семестр								

Тема №1 Массовая коммуникация в парадигме социальной психологии.	22	12	4	8			10	ПК-3 – 31 ПК-3 – 32 ПК-3 – У1 ПК-3 – У2 ПК-3 – В1 ПК-3 – В2
Тема №2 Роль установки и стереотипа в процессе массовой коммуникации								ПК-3 – 31 ПК-3 – 32 ПК-3 – У1 ПК-3 – У2 ПК-3 – В1 ПК-3 – В2
Тема №3 Психологические виды воздействия в ходе массовой коммуникации	22	14	8	6			8	ПК-3 – 31 ПК-3 – 32 ПК-3 – У1 ПК-3 – У2 ПК-3 – В1 ПК-3 – В2
Тема №4 Специфика информационных процессов субъекта, включенного в массовую коммуникацию								ПК-3 – 31 ПК-3 – 32 ПК-3 – У1 ПК-3 – У2 ПК-3 – В1 ПК-3 – В2
Тема №5 Массовое поведение и психологические эффекты массовой коммуникации								ПК-3 – 31 ПК-3 – 32 ПК-3 – У1 ПК-3 – У2 ПК-3 – В1 ПК-3 – В2
Тема №6 Психология коммуникатора в условиях массовой коммуникации	18	10	4	6			8	ПК-3 – 31 ПК-3 – 32 ПК-3 – У1 ПК-3 – У2 ПК-3 – В1 ПК-3 – В2
Зачет с оценкой	10	4					4	6
Итого	72	40	16	20			4	32

Очно-заочная форма обучения

Наименование разделов и тем	Всего учебных занятий (час)	Контактная работа обучающихся с преподавателем: (час)				контроль	Самостоятельная работа (час)	Код результата обучения
		всего	занятия лекционного типа	занятия семинарского (практического) типа	курсовое проектирование			
4 семестр								
Тема №1 Массовая коммуникация в парадигме социальной психологии.	22	8	4	4			14	ПК-3 – 31 ПК-3 – 32 ПК-3 – У1 ПК-3 – У2 ПК-3 – В1 ПК-3 – В2
Тема №2 Роль установки и								ПК-3 – 31

стереотипа в процессе массовой коммуникации								ПК-3 – 32 ПК-3 – У1 ПК-3 – У2 ПК-3 – В1 ПК-3 – В2
Тема №3 Психологические виды воздействия в ходе массовой коммуникации								ПК-3 – 31 ПК-3 – 32 ПК-3 – У1 ПК-3 – У2 ПК-3 – В1 ПК-3 – В2
Тема №4 Специфика информационных процессов субъекта, включенного в массовую коммуникацию	22	12	6	6			10	ПК-3 – 31 ПК-3 – 32 ПК-3 – У1 ПК-3 – У2 ПК-3 – В1 ПК-3 – В2
Тема №5 Массовое поведение и психологические эффекты массовой коммуникации								ПК-3 – 31 ПК-3 – 32 ПК-3 – У1 ПК-3 – У2 ПК-3 – В1 ПК-3 – В2
Тема №6 Психология коммуникатора в условиях массовой коммуникации	18	8	2	6			10	ПК-3 – 31 ПК-3 – 32 ПК-3 – У1 ПК-3 – У2 ПК-3 – В1 ПК-3 – В2
Зачет с оценкой	10	4					4	6
Итого	72	32	12	16			4	40

5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ), СТРУКТУРИРОВАННОЕ ПО ТЕМАМ (РАЗДЕЛАМ).

Модуль 1. Роль и значение массовых коммуникаций в современном обществе.

Тема 1. Массовая коммуникация в парадигме социальной психологии.

Общение, коммуникация, массовая и межличностная коммуникация. Психологические, социальные, социально-психологические функции массовой коммуникации. Средства массовой коммуникации. Структура коммуникативного акта. Модели массовой коммуникации: модели коммуникации без обратной связи: модель Лассуэлла; модель Шеннона-Уивера; модели коммуникации с обратной связью: модель У. Шрамма, модель М. Дефлера, модели коммуникации социальных групп в обществе: модель Ж.-М. Коттре, модель К. Синн, модели альтернативных видов движения информации Й. Бордвика и Б. ван Каама, двухступенчатая (многоступенчатая) модель коммуникации (П. Лазарсфельд), "модель привратника", модель "спираль молчания". Средства массовой коммуникации как агент социализации, формирования, развития и деформации личности.

Тема 2. Роль установки и стереотипа в процессе массовой коммуникации.

Понятие установки в психологии и их функции. Социальная установка (аттитюд). Реализация установок в поведении. Несогласованность установок и поведения. Условия изменения установок (по В.Шрамму). Установка и проблема опережения в средствах массовой коммуникации. Понятие стереотипа. Роль стереотипа в процессе массовой коммуникации. Компоненты стереотипов. Условия формирования стереотипов. Функции стереотипов. Виды стереотипов (положительные и отрицательные; национальные;

полорольевые; половые, возрастные, статусные, потребительские). Приемы усиления и ослабления стереотипов. Методы изучения стереотипов психологии массовой коммуникации.

Модуль 2. Теоретические основы изучения массовых коммуникаций.

Тема 3. Психологические виды воздействия в ходе массовой коммуникации.

Убеждение и внушение; психологические модели убеждающего воздействия; соотношение логических и эмоциональных апелляций к аудитории; роль групповых факторов в процессе убеждения; понятие конформизма; психология слухов, механизм искажения содержания информации в процессе передачи слухов. Характеристика манипулятивного воздействия. Основные составляющие манипулятивного воздействия. Манипулятивные приемы коммуникации и средства защиты от них. Специфика манипуляции и манипулятивных приемов, используемых в СМК.

Тема 4. Специфика информационных процессов субъекта, включенного в массовую коммуникацию.

Интерес как фактор коммуникации. Интерес как фактор пробуждения и поддержания внимания. Факторы привлечения внимания в процессе массовой коммуникации. Понимание. Значение структуры личности для понимания сообщений. Факторы, влияющие на понимание в процессе массовой коммуникации. Шумы и барьеры. Понимание как процесс. Мышление как важный фактор понимания. Стереотипы, "штампы" как база понимания в процессе массовой коммуникации. Субъективные и объективные факторы понимания. Роль стереотипа и установки при понимании сообщений массовой коммуникации. Эффекты понимания и восприятия сообщений массовой коммуникации: "Нигилизм". Блокирование понимания. Эффект "бумеранга". Организация понимания сообщений в средствах массовой коммуникации. Факторы, влияющие на запоминание и воспроизведение информации, получаемой от СМИ. "Предел насыщения". "Сторожевой эффект". "Дремлющий эффект". Значение стереотипов для запоминания и удержания сообщения в памяти.

Модуль 3. Технология массового влияния.

Тема 5. Массовое поведение и психологические эффекты массовой коммуникации.

Подражание и заражение – механизмы формирования массовых процессов и закономерности их использования в ходе массовой коммуникации. Массовое поведение (толпа, паника, мода) и воздействие средств массовой коммуникации. Понятие массовых вкусов. Закономерности массового поведения и реклама. Коммуникативные сети (централизованные, децентрализованные). Особенности воздействия в условиях различных типов коммуникационных сетей. Слухи. Анализ функционирования слухов как способ изучения потока массовой коммуникации внутри аудитории. Факторы, определяющие появление слухов. Ступени нарастания слухов. Аудитория слухов. Роль средств массовой информации в распространении слухов. Процесс искажения сообщения во время передачи слухов. Нивелировка. Выпячивание. Ассимиляция. Роль рационализации. Подгонка под стереотип. Переработка сообщений. Борьба со слухами. Привитие иммунитета к слухам как способ борьбы со слухами. Своевременная, точная информация – главный способ подавления слухов. Понятие аудитории средств массовой коммуникации. Общие характеристики аудитории массовой коммуникации (открытая-закрытая, потенциальная, наличная, целевая аудитория). Аудитория отдельных каналов массовой коммуникации. Структура личности как база восприятия информации (потребности, интересы, ценности, знания, нормы, установки) и главный барьер на пути влияния массовой коммуникации. Другие барьеры массовой коммуникации (особенности психологических характеристики личности, физические - пространственные и временные,

коммуникативные - социально-психологические факторы и состояния личности и группы). Методы изучения аудитории массовой коммуникации. Опросы, анкетирование, интервью. Использование технических средств для изучения аудитории. Достоинства и недостатки отдельных методов изучения аудитории. Проблема рейтингов каналов массовой коммуникации.

Тема 6. Психология коммуникатора в условиях массовой коммуникации.

Специфика поведения коммуникатора в условиях массовой коммуникации. Социально-демографические и индивидуально-личностные характеристики коммуникатора в условиях массовой коммуникации. Социально-психологические модели коммуникатора: модели Г. Келмана, Дж. Голдхабера. Коммуникативная ситуация и формы подачи коммуникатора в СМИ. Методы исследования восприятия коммуникатора аудиторией в СМИ. Имидж – технологии в условиях массовой коммуникации. Понятие имиджа. Приемы создания имиджа (гиперболизация, акцентирование, контаминация ценностей). Мифологические приемы при создании имиджа. Имидж коммуникатора в условиях массовой коммуникации: публичная и приватная индивидуальность, специфика формирования, требования к визуальной и вербальной составляющей имиджа. Психологические методы, используемые для изучения имиджа (техника семантического дифференциала Ч. Осгуда, репертуарные решетки Дж. Келли). Проблема определения психологических параметров оценки личного имиджа. Сопоставление характеристик прототипа имиджа с характеристиками идеала имиджевой аудитории.

5.1. Планы семинарских, практических, лабораторных занятий

Семинарское занятие 1. Массовая коммуникация в парадигме социальной психологии.

Цель: Раскрыть понятие, модели, средства и функции массовой коммуникации.

Задания (вопросы) для подготовки:

1. Понятия общения и коммуникации
2. Понятие о массовой коммуникации
3. Функции массовой коммуникации
4. Средства массовой коммуникации
5. Модели массовой коммуникации

Задания к практическому занятию:

1. Провести сравнительный анализ массовой и межличностной коммуникации и определить ключевые различия
2. Привести примеры влияния массовой коммуникации на развитие личности
3. Привести примеры социальных групп в современном российском обществе и определить модели массовой коммуникации этих групп

Семинарское занятие 2. Роль установки и стереотипа в процессе массовой коммуникации

Цель: Дать основные определения установки в аспекте средств массовой коммуникации

Задания (вопросы) для подготовки:

1. Понятие и функции установки
2. Понятие о социальной установке. Роль СМК в формировании установок.
3. Роль установки в феномене опережения в СМК
4. Понятие стереотипа. Роль стереотипа в процессе массовой коммуникации
5. Приемы усиления и ослабления стереотипов в массовой коммуникации

Задания к практическому занятию:

1. Привести примеры установок

2. Привести примеры влияния установок на восприятие медиа сообщений
3. Привести примеры приемов усиления и ослабления стереотипов в ходе массовой коммуникации

Семинарское занятие 3. Психологические виды воздействия в ходе массовой коммуникации

Цель: Определить основные психологические виды воздействия в ходе массовой коммуникации

Задания (вопросы) для подготовки:

1. Убеждение и внушение
2. Психологические модели убеждающего воздействия
3. Характеристика манипулятивного воздействия
4. Манипулятивные приемы в массовой коммуникации и средства защиты от них
5. Специфика манипуляции и манипулятивных приемов, используемых в СМК

Задания к практическому занятию:

1. Привести примеры убеждения в массовой коммуникации
2. Привести примеры внушения в массовой коммуникации
3. Привести примеры манипуляции в массовой коммуникации

Семинарское занятие 4. Специфика информационных процессов субъекта, включенного в массовую коммуникацию

Цель: Сформулировать роль интереса в коммуникации и определить роль мотивов и потребностей в ходе массовой коммуникации

Задания (вопросы) для подготовки:

1. Интерес как фактор пробуждения и поддержания внимания
2. Факторы, влияющие на понимание в процессе массовой коммуникации
3. Организация понимания сообщений в средствах массовой коммуникации
4. Значение стереотипов для запоминания и удержания медиа сообщения в памяти

Задания к практическому занятию:

1. Привести примеры интересного медиа сообщения
2. Привести примеры факторов, влияющих на понимание в процессе массовой коммуникации
3. Привести примеры факторов, влияющих на восприятие медиа сообщения

Семинарское занятие 5. Массовое поведение и психологические эффекты массовой коммуникации

Цель: Выделить основные механизмы формирования массовых процессов

Задания (вопросы) для подготовки:

1. Массовое поведение
2. Коммуникативные сети
3. Анализ функционирования слухов как способ изучения потока массовой коммуникации внутри аудитории
4. Борьба со слухами

Задания к практическому занятию:

1. Привести примеры массового поведения
2. Привести примеры борьбы со слухами

Семинарское занятие 6. Психология коммуникатора в условиях массовой коммуникации

Цель: Выделить специфику поведения коммуникатора в условиях массовой коммуникации

Задания (вопросы) для подготовки:

1. Социально-демографические и индивидуально-личностные характеристики коммуникатора в условиях массовой коммуникации
2. Имидж – технологии в условиях массовой коммуникации
3. Проблема определения психологических параметров оценки личного имиджа
4. Сопоставление характеристик прототипа имиджа с характеристиками идеала имиджевой аудитории

имиджевой аудитории

Задания к практическому занятию:

1. Привести примеры создания имиджа коммуникатора в масс-медиа
2. Подготовить проект создания имиджа в условиях массовой коммуникации с помощью имидж-технологии

6. ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ).

Одним из основных видов деятельности студента является самостоятельная работа, которая включает в себя изучение лекционного материала, учебников и учебных пособий, первоисточников, подготовку сообщений, выступления на групповых занятиях, выполнение практических заданий. Методика самостоятельной работы предварительно разъясняется преподавателем и в последующем может уточняться с учетом индивидуальных особенностей студентов. Время и место самостоятельной работы выбираются студентами по своему усмотрению с учетом рекомендаций преподавателя. Самостоятельную работу над дисциплиной следует начинать с изучения программы, которая содержит основные требования к знаниям, умениям и навыкам обучаемых. Обязательно следует вспомнить рекомендации преподавателя, данные в ходе установочных занятий. Затем – приступить к изучению отдельных разделов и тем в порядке, предусмотренном программой. Получив представление об основном содержании раздела, темы, необходимо изучить материал с помощью учебника. Целесообразно составить краткий конспект или схему, отображающую смысл и связи основных понятий данного раздела и включенных в него тем. Затем полезно изучить выдержки из первоисточников. При желании можно составить их краткий конспект. Обязательно следует записывать возникшие вопросы, на которые не удалось ответить самостоятельно.

Для более полной реализации цели, поставленной при изучении тем самостоятельно, студентам необходимы сведения об особенностях организации самостоятельной работы; требованиях, предъявляемым к ней; а также возможным формам и содержанию контроля и качества выполняемой самостоятельной работы. Самостоятельная работа студента в рамках действующего учебного плана по реализуемым образовательным программам различных форм обучения предполагает самостоятельную работу по данной учебной дисциплине, включенной в учебный план. Объем самостоятельной работы (в часах) по рассматриваемой учебной дисциплине определен учебным планом.

В ходе самостоятельной работы студент должен:

- освоить теоретический материал по изучаемой дисциплине (отдельные темы, отдельные вопросы тем, отдельные положения и т. д.);

- применить полученные знания и навыки для выполнения практических заданий.

Студент, приступающий к изучению данной учебной дисциплины, получает информацию обо всех формах самостоятельной работы по курсу с выделением обязательной самостоятельной работы и контролируемой самостоятельной работы, в том числе по выбору. Задания для самостоятельной работы студента должны быть четко сформулированы, разграничены по темам изучаемой дисциплины, и их объем должен быть определен часами, отведенными в учебной программе.

Самостоятельная работа студентов должна включать:

- подготовку к аудиторным занятиям (лекциям, лабораторно-практическим);

- поиск (подбор) и изучение литературы и электронных источников информации по индивидуально заданной проблеме курса;
- самостоятельную работу над отдельными темами учебной дисциплины в соответствии с тематическим планом;
- домашнее задание, предусматривающее завершение практических аудиторных работ;
- подготовку к зачету или экзамену;
- работу в студенческих научных обществах, кружках, семинарах и т.д.;
- участие в научной и научно-методической работе кафедры, факультета;
- участие в научных и научно-практических конференциях, семинарах.

6.1. Задания для углубления и закрепления приобретенных знаний

Формируемая компетенция	Код результата обучения	Задание
ПК-3 Способен осуществлять психологическое сопровождение процессов, связанных с образованием и деятельностью различных категорий населения.	ПК-3 – 31	1. Составьте краткий конспект об основных функциях массовой коммуникации на основе материалов учебного пособия Двинянинова Е. Н. Психология массовых коммуникаций: учебное пособие - ПГТУ, 2018. - 156 с. 2. Прочитать научную статью В.Л.Артёмова «Стереотипизация сознания – секрет воздействия средств массовой информации». Журнал «Научные труды Московского гуманитарного университета», 2016, №3. С.43 - 52. Выписать основные выводы автора.
	ПК-3 – 32	На основе изучения 1 раздела учебного пособия О.А. Якимовой составьте сравнительную таблицу «Межличностная и массовая коммуникация». Массовая коммуникация: теория и практика: учебное пособие / О. А. Якимова; Министерство науки и высшего образования Российской Федерации, Уральский федеральный университет. — Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2020. — 112 с. Выделите основные отличия массовой коммуникации от межличностной и зафиксируйте их в сравнительной таблице.

6.2. Задания, направленные на формирование профессиональных умений

Формируемая компетенция	Код результата обучения	Задание
ПК-3 Способен осуществлять психологическое сопровождение процессов, связанных с образованием и деятельностью различных категорий населения.	ПК-3 – У1	Задание: С целью отработки умения использовать стратегии и техники взаимодействия с аудиторией: 1. Выбрать и описать стратегию взаимодействия с аудиторией 2. Выделить применяемые в стратегии техники 3. Подготовить выступление перед аудиторией с учётом выбранной стратегии и техник 4. Провести выступление перед аудиторией.
	ПК-3 – У2	Задание: С целью отработки умения преодолевать коммуникативные барьеры в массовой коммуникации: 1. Выделить основные коммуникативные барьеры в условиях массовой коммуникации 2. Подобрать оптимальные приёмы преодоления к каждому коммуникативному барьеру 3. Отработать преодоление коммуникативных барьеров в ролевой игре

6.3. Задания, направленные на формирование профессиональных навыков

Формируемая компетенция	Код результата обучения	Задание
ПК-3 Способен осуществлять психологическое сопровождение процессов, связанных с образованием и деятельностью различных категорий населения.	ПК-3 – В1	Практические задания Подобрать методы психодиагностического исследования коммуникатора и провести исследование. Сформулировать гипотезу и составить план психологического исследования в области массовых коммуникаций
	ПК-3 – В2	Практические задания Выбрать пример медиа-сообщения и провести его исследование методом контент-анализа.

7. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ).

Паспорт фонда оценочных средств

Формируемая компетенция	Планируемые результаты обучения		ФОС для текущего контроля	ФОС для промежуточной аттестации
ПК-3 Способен осуществлять психологическое сопровождение процессов, связанных с образованием и деятельностью различных категорий населения.	Знать	психологические особенности коммуникационного процесса; структуру, виды, функции массовой коммуникации, её отличия от других видов коммуникации; ПК-3-31	Тест	Вопросы к зачету с оценкой
		психологические особенности и специфику общения медиакommunikатора с аудиторией; приёмы использования вербальных и невербальных техник психологического воздействия на массовую аудиторию; ПК-3-32		
	Уметь	использовать эффективные стратегии и техники взаимодействия с массовой аудиторией, преодолевать коммуникативные барьеры в массовой коммуникации ПК-3-У1	Реферат	Вопросы к зачету с оценкой
		анализировать психологические основы массо-		

		коммуникативного воздействия, сопоставлять различные результаты исследований медиа-аудитории и использовать их в профессиональной деятельности ПК-3-У2		
	Владеть	методами исследования коммуникатора, приёмами психологического анализа медиа сообщений ПК-3-В1	Практические задания	Вопросы к зачету с оценкой
		навыками психологического исследования массовых коммуникаций, методами психологического воздействия в массовой коммуникации ПК-3-В2		

Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Формируемая компетенция	Планируемые результаты обучения		Критерии оценивания результатов обучения			
			2	3	4	5
ПК-3 Способен осуществлять психологическое сопровождение процессов, связанных с образованием и деятельностью различных категорий населения.	Знать	психологические особенности коммуникационного процесса; структуру, виды, функции массовой коммуникации, её отличия от других видов коммуникации; ПК-3-31	Не знает	Частично знает	Знает	Отлично знает
		психологические особенности и специфику общения медиакоммуникатора с аудиторией; приёмы использования вербальных и невербальных техник психологического воздействия на массовую аудиторию; ПК-3-32				
	Уметь	использовать эффективные стратегии и техники взаимодействия с массовой аудиторией, преодолевать коммуникативные барьеры в массовой коммуникации ПК-3-У1	Не умеет	Частично умеет	Умеет	Свободно умеет
		анализировать психологические основы массово-коммуникативного воздействия, сопоставлять различные результаты				

		исследований медиа-аудитории и использовать их в профессиональной деятельности ПК-3-У2				
	Владеть	методами исследования коммуникатора, приёмами психологического анализа медиа сообщений ПК-3-В1	Не владеет	Частично владеет	Владеет	Свободно владеет
		навыками психологического исследования массовых коммуникаций, методами психологического воздействия в массовой коммуникации ПК-3-В2				

7.1 ФОС для проведения текущего контроля.

7.1.1. Задания для оценки знаний

Формируемая компетенция	Код результата обучения	Задание
<p>ПК-3 Способен осуществлять психологическое сопровождение процессов, связанных с образованием и деятельностью различных категорий населения.</p>	ПК-3 – 31	<p>Тест:</p> <p>1. Производство информации и ее распространение посредством технологических устройств гетерогенным, рассредоточенным в пространстве аудиториям – это: а. средства массовой информации; б. массовая информация; в. массовая коммуникация; г. групповая коммуникация.</p> <p>2. К психологическим характеристикам массовой коммуникации НЕ относится: а. формирование слухов; б. убеждающее воздействие на аудиторию; в. формирование устойчивых межличностных взаимоотношений; г. формирование стереотипов.</p> <p>3. К психологическим характеристикам массовой коммуникации относится: а. формирование слухов; б. самоактуализация; в. трансляция личного опыта; г. лингвотерапия.</p> <p>4. Лицо, группа лиц или организация, являющиеся источниками информации в коммуникативном процессе – это: а. коммуникативный канал; б. коммуникатор; в. реципиент; г. аудитория.</p> <p>5. Субъект, которому предназначено передаваемое сообщение – это: а. коммуникатор; б. коммуникативный канал; в. реципиент; г. ретранслятор.</p> <p>6. «Предел Шеннона» – это: а. предельная скорость зашумленного канала, при которой передаваемая информации не искажается; б. допустимое количество передатчиков информации;</p>

	<p>в. допустимое количество источников информации; г. предельная скорость дешифровки информации.</p> <p>7. Первый, кто обратил внимание на необходимость присутствия в модели коммуникации обратной связи:</p> <p>а. Гарольд Лассуэлл; б. Клод Шеннон; в. Пол Лазарсфельд; г. Уилбур Шрамм.</p> <p>8. Й. Бродвик и Б. ван Каам предложили модели альтернативных видов движения информации. К этим видам НЕ относится:</p> <p>1. модель вещания; 2. диалоговая модель; 3. консультационная модель; 4. монологическая модель.</p> <p>9. Модель движения информации, предложенная Й. Бродвиком и Б. ванн Каамом, предполагающая распространение информации из центра одновременно многим абонентам на периферии:</p> <p>а. модель вещания; б. диалоговая модель; в. консультационная модель; г. регистрационная модель.</p> <p>10. Модель движения информации, предложенная Й. Бродвиком и Б. ванн Каамом, согласно которой индивиды общаются непосредственно между собой, игнорируя центр или посредников и самостоятельно выбирая время, место и тему информационного обмена:</p> <p>а. модель вещания; б. диалоговая модель; в. консультационная модель; г. регистрационная модель.</p> <p>11. Модель движения информации, предложенная Й. Бродвиком и Б. ванн Каамом, в которой индивид, находящийся на периферии коммуникационной линии, ищет необходимые сведения в центральном информационном хранилище. В отличие от модели вещания здесь место и время консультации, а также тема сообщения определяются не центром, а периферийным пользователем, обладающим максимальной свободой:</p> <p>а. модель вещания; б. диалоговая модель; в. консультационная модель; г. регистрационная модель.</p> <p>12. Модель движения информации, предложенная Й. Бродвиком и Б. ванн Каамом, которая является логической противоположностью консультационной модели. В ней центр запрашивает и получает информацию от периферийного источника:</p> <p>а. модель вещания; б. диалоговая модель; в. консультационная модель; г. регистрационная модель.</p> <p>13. Исследователь, описавший двухступенчатую модель коммуникации и понятие лидера мнения:</p> <p>а. Г. Лассуэлл; б. П. Лазарсфельд; в. К. Шеннон; г. Э. Ноэль-Нойман.</p> <p>14. Теория, изложенная Э. Ноэль-Нойман, которая полагала, что средства массовой коммуникации могут манипулировать общественным мнением за счет предоставления слова меньшинству вместо большинства:</p> <p>а. теория «спирали молчания»; б. теория «повестки дня»; в. теория привратника; г. теория партиципации.</p>
--	---

		<p>15. К основным теориям психологии массовой коммуникации НЕ относится: а. бихевиоризм; б. когнитивизм; в. конструкционизм; г. постмодернизм.</p> <p>16. Направление исследований психологии массовой коммуникации, акцентирующее внимание на изучении интерпретации информации: а. бихевиоризм; б. когнитивизм; в. конструкционизм; г. постмодернизм.</p> <p>17. Верное восприятие или интерпретация какого-либо события, явления, факта, принятое в определенном кругу – это: а. понимание; б. внимание; в. мотив; г. мышление.</p> <p>18. К факторам, влияющим на понимание в процессе массовой коммуникации, НЕ относится: а. личностные факторы; б. параметры текста и реальности, отраженной в тексте; в. гендерные характеристики; г. особенности ситуации, в которой происходят восприятие и понимание.</p> <p>19. К личностным факторам, влияющим на понимание в процессе массовой коммуникации, НЕ относится: а. психологические особенности личности; б. возраст; в. социальный статус; г. социокультурный статус.</p> <p>20. Препятствия, вызванные естественными, социальными и психологическими факторами, возникающими в процессе коммуникации – это: а. барьеры коммуникации; б. трудности перевода; в. психологические погрешности; г. ошибки воспитания.</p>
	ПК-3 – 32	<p style="text-align: center;">Тест:</p> <p>1. Вид коммуникации, для которой характерно отсутствие прямой обратной связи: а. массовая коммуникация; б. межличностная коммуникация; в. межкультурная коммуникация; г. групповая коммуникация.</p> <p>2. Вид коммуникации, для которой характерны неизбежность и неотвратимость: а. массовая коммуникация; б. межличностная коммуникация; в. межкультурная коммуникация; г. групповая коммуникация.</p> <p>3. К общепсихологическим функциям массовой коммуникации можно отнести (два пункта): а. управленческую функцию; б. утилитарную функцию; в. функцию эмоциональной разрядки; г. сигнификативную функцию.</p> <p>4. К социально-психологическим функциям массовой коммуникации НЕ относится: а. функция социальной ориентировки; б. функция аффилиации; в. функция трансляции личного опыта; г. функция контакта с другим человеком.</p> <p>5. Социально-психологическая функция массовой коммуникации,</p>

		<p>которая реализуется через потребность аудитории в информации для</p> <p>определения в социальных явлениях:</p> <p>а. функция мобилизации; б. функция социальной ориентировки; в. функция укрепления социальных норм; г. функция присвоения статуса.</p> <p>6. Социально-психологическая функция массовой коммуникации, основывающаяся на потребности членов общества проявлять социальную активность в информационных процессах:</p> <p>а. функция присвоения статуса; б. функция мобилизации; в. функция формирования общественного мнения; г. функция социальной ориентировки.</p> <p>7. Социально-психологическая функция массовой коммуникации, реализующая потребность человека быть в обществе других людей, сотрудничать с ними:</p> <p>а. функция социальной ориентировки; б. функция аффилиации; в. функция эмпатии; г. функция формирования общественного мнения.</p> <p>8. Социально-психологическая функция массовой коммуникации, связанная с потребностью человека в самовыражении и сопоставлении своего мнения с мнением других:</p> <p>а. функция формирования общественного мнения; б. функция эмпатии; в. функция контакта с другим человеком; г. функция ассимиляции.</p> <p>9. Общепсихологическая функция массовой коммуникации, связанная с потребностью человека находить готовые модели поведения:</p> <p>а. функция формирования общественного мнения; б. утилитарная функция; в. функция эмпатии; г. функция аффилиации.</p> <p>10. Общепсихологическая функция массовой коммуникации, полнее всего реализуемая в передачах развлекательного характера:</p> <p>а. функция аффилиации; б. функция эмоциональной разрядки; в. функция ассимиляции; г. функция формирования общественного мнения.</p> <p>11. Традиционно модели коммуникации делятся на:</p> <p>а. линейные и циклические; б. нелинейные и циклические; в. циклические и нециклические; г. линейные и нелинейные.</p> <p>12. Автор линейной модели коммуникации, включающей пять компонентов Who says what to whom via what channels with what effects? (Кто? Что? Кому? По какому каналу? С каким эффектом?):</p> <p>а. Г. Лассуэлл; б. П. Лазарсфельд; в. Й. Бордвик; г. Э. Ноэль-Нойман.</p> <p>13. Пятичленная линейная модель коммуникации была предложена:</p> <p>а. Г. Лассуэллом; б. К. Шенноном, У. Уивером; в. П. Лазарсфельдом; г. Э. Ноэль-Нойман.</p> <p>14. К четырем группам барьеров коммуникации НЕ относится:</p> <p>а. психологические барьеры; б. социальные барьеры; в. барьеры внешней среды; г. физиологические барьеры.</p>
--	--	--

		<p>15. С точки зрения Эрнеста Дихтера, в рекламных и иных кампаниях следует учитывать ряд принципов. К ним НЕ относится:</p> <p>а. принцип гештальта; б. принцип айсберга; в. принцип образованности; г. динамический принцип; д. образ и символика.</p> <p>16. Что принято считать «массовым сознанием»:</p> <p>а. совпадение мотивов, интересов, целей и ожиданий всех индивидов, составляющих массу; б. совпадение в какой-то момент наиболее значимых компонентов сознания большого числа разнообразных групп общества; в. совпадение действий наиболее активных индивидов – членов массы; г. совпадение мотивов и действий всех индивидов, составляющих массу.</p> <p>17. К формам массового поведения принято относить:</p> <p>а. массовую панику и массовую радость; б. массовую панику и массовую агрессию; в. массовую панику и массовую революцию; г. массовую панику и массовый психоз.</p> <p>18. Оперативная недостоверная информация – это:</p> <p>а. предрассудки; б. стереотипы; в. слухи; г. мечты.</p> <p>19. Аудитория СМК, к которой принадлежат все потребители определенного средства массовой коммуникации:</p> <p>а. реальная (наличная); б. целевая; в. потенциальная; г. открытая.</p> <p>20. К качественно-количественным характеристикам аудитории относятся (два пункта):</p> <p>а. социально-демографические; б. социально-психологические; в. социально-функциональные; г. социально-иррелевантные.</p>
--	--	---

Критерии оценки теста:

Количество ошибок	Оценка
0-1	Отлично
1-3	Хорошо
3-7	Удовлетворительно
более 7-ми ошибок	Неудовлетворительно

7.1.2. Задания для оценки умений

Формируемая компетенция	Код результата обучения	Задание
ПК-3 Способен осуществлять психологическое сопровождение процессов, связанных с образованием и деятельностью различных категорий населения.	ПК-3 – У1	<p>Темы реферата</p> <ol style="list-style-type: none"> Имидж коммуникатора как фактор доверия аудитории. Технология убеждающей коммуникации. Суггестивные приёмы в массовой коммуникации. Техники самопрезентации коммуникатора перед аудиторией. Приёмы привлечения внимания аудитории. Приёмы поддержания внимания аудитории. Техники преодоления фонетического барьера в массовой коммуникации. Преодоление стилистического барьера в массовой

		коммуникации. 9. Преодоление логического барьера в массовой коммуникации.
	ПК-3 – У2	<p align="center">Темы реферата</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Коммуникативное воздействие в СМИ. 2. Коммуникативное воздействие в рекламных кампаниях. 3. Коммуникативное воздействие оратора на аудиторию. 4. Личность коммуникатора как фактор воздействия на массовую аудиторию. 5. Исследования медиа-аудитории за рубежом. 6. Отечественные исследования медиа-аудитории. 7. Исследования влияния СМИ на массовое сознание. 8. Сравнительный анализ исследований в психологии массовых коммуникаций.

Критерии оценки учебных действий обучающихся (выступление с докладом, реферат по обсуждаемому вопросу)

Оценка	Характеристики ответа обучающегося
Отлично	обучающийся глубоко и всесторонне усвоил проблему; - уверенно, логично, последовательно и грамотно его излагает; - опираясь на знания основной и дополнительной литературы, тесно привязывает усвоенные научные положения с практической деятельностью; - умело обосновывает и аргументирует выдвигаемые им идеи; - делает выводы и обобщения.
Хорошо	обучающийся твердо усвоил тему, грамотно и по существу излагает ее, опираясь на знания основной литературы; - не допускает существенных неточностей; - увязывает усвоенные знания с практической деятельностью; - аргументирует научные положения; - делает выводы и обобщения.
Удовлетворительно	тема раскрыта недостаточно четко и полно, то есть Обучающийся усвоил проблему, по существу излагает ее, опираясь на знания только основной литературы; - допускает несущественные ошибки и неточности; - испытывает затруднения в практическом применении знаний; - слабо аргументирует научные положения; - затрудняется в формулировании выводов и обобщений.
Неудовлетворительно	обучающийся не усвоил значительной части проблемы; - допускает существенные ошибки и неточности при рассмотрении ее; - испытывает трудности в практическом применении знаний; - не может аргументировать научные положения; - не формулирует выводов и обобщений.

7.1.3. Задания для оценки владений, навыков

Формируемая компетенция	Код результата обучения	Задание
ПК-3 Способен осуществлять психологическое сопровождение процессов, связанных с образованием и деятельностью различных категорий населения.	ПК-3 – В1	<p align="center">Практическое задание</p> <p>Пройти одну из предложенных методик диагностики коммуникативного потенциала личности: а) Шкала эмоционального отклика А. Меграбяна. б) Методика «Направленность личности в общении» С.Л. Братченко. Обработать полученные данные. Составить психологическое заключение на основе полученных результатов.</p>
	ПК-3 – В2	<p align="center">Практическое задание</p> <p>Выберите несколько современных популярных мультфильмов (например, «Маша и медведь», «Смешарики», «Ледниковый период», «Шрек», «Симпсоны» и т. д.). На</p>

		основе законодательных актов и данных исследований психологов выясните, соответствует ли данная медиапродукция требованиям информационно-психологической безопасности. Имеется ли в данных медиатекстах деструктивная информация? Могли бы вы рекомендовать их для просмотра детям? Если да, то начиная с какого возраста? Каково ваше личное отношение к этим мультфильмам?
--	--	--

Критерии оценки учебных действий обучающихся на практических занятиях

Оценка	Характеристики ответа студента
Отлично	Обучающийся самостоятельно и правильно решил учебно-профессиональную задачу, уверенно, логично, последовательно и аргументировано излагал свое решение.
Хорошо	Обучающийся самостоятельно и в основном правильно решил учебно-профессиональную задачу, уверенно, логично, последовательно и аргументировано излагал свое решение.
Удовлетворительно	Обучающийся в основном решил учебно-профессиональную задачу, допустил несущественные ошибки, слабо аргументировал свое решение.
Неудовлетворительно	Обучающийся не решил учебно-профессиональную задачу.

7.2 ФОС для проведения промежуточной аттестации.

7.2.1. Задания для оценки знаний к зачёту с оценкой

Формируемая компетенция	Код результата обучения	Задание
ПК-3 Способен осуществлять психологическое сопровождение процессов, связанных с образованием и деятельностью различных категорий населения.	ПК-3 – 31	Перечень вопросов 1. Общение и коммуникация. 2. Функции и виды коммуникации. 3. Массовая коммуникация, сравнительный анализ массовой и межличностной коммуникации. 4. Специфика информационных процессов субъекта, включенного в массовую коммуникацию.
	ПК-3 – 32	Перечень вопросов 1. Функции массовой коммуникации. 2. Структура коммуникативного акта. Модели коммуникации без обратной связи: модель Лассуэлла; модель Шеннона-Уивера 3. Модели коммуникации с обратной связью: модель У. Шрамма, модель М. Дефлера. 4. Модели коммуникации социальных групп в обществе: модель Ж.-М. Коттре, модель К. Синна. 5. Модели альтернативных видов движения информации Й. Бордвика и Б. ван Каама. 6. Двуступенчатая модель коммуникации (П. Лазарсфельд). 7. Модели, объясняющие закономерности неэффективности массовой коммуникации: "модель привратника", модель "спираль молчания".

7.2.2. Задания для оценки умений к зачету с оценкой

Формируемая компетенция	Код результата обучения	Задание
ПК-3 Способен	ПК-3 – У1	Перечень вопросов 1. Каналы массовой коммуникации. Специфика и ограничения

осуществлять психологическое сопровождение процессов, связанных с образованием и деятельностью различных категорий населения.		различных каналов массовой коммуникации в современном мире. 2. Коммуникативная ситуация и формы подачи коммуникатора в СМИ. 3. Имидж-технологии в массовой коммуникации. Сопоставление понятий "имидж" и "образ".
	ПК-3 – У2	Перечень вопросов 1. Роль стереотипа в процессе массовой коммуникации. 2. Роль установки в процессе массовой коммуникации. 3. Сообщение СМИ. Топос. Логические и риторические приемы.

7.2.3. Задания для оценки владений, навыков к зачету с оценкой

Формируемая компетенция	Код результата обучения	Задание
ПК-3 Способен осуществлять психологическое сопровождение процессов, связанных с образованием и деятельностью различных категорий населения.	ПК-3 – В1	Перечень вопросов 1. Интерес, как фактор МК. Виды и особенности интересов. 2. Психологическая характеристика мотивационной сферы личности при обращении к СМИ. 3. Диагностика личности коммуникатора. 4. Психологические особенности толпы. 5. Творческое воображение и мышление журналиста. 6. Приемы активизации творческого процесса.
	ПК-3 – В2	Перечень вопросов 1. Психологические особенности подражания. 2. Роль слухов в массовой коммуникации, разновидность слухов. 3. Мода как массово-коммуникационное явление. 4. Принципы и приемы формирования имиджа. 5. Стратегия и тактика конструирования имиджа. 6. Психологическое заражение как способ воздействия на аудиторию.

Уровни и критерии итоговой оценки результатов освоения дисциплины

	Критерии оценивания	Итоговая оценка
Уровень 1. Недостаточный	Незнание значительной части программного материала, неумение даже с помощью преподавателя сформулировать правильные ответы на задаваемые вопросы, невыполнение практических заданий	Неудовлетворительно/незачтено
Уровень 2. Базовый	Знание только основного материала, допустимы неточности в ответе на вопросы, нарушение логической последовательности в изложении программного материала, затруднения при решении практических задач	Удовлетворительно/зачтено
Уровень 3. Повышенный	Твердые знания программного материала, допустимые несущественные неточности при ответе на вопросы, нарушение логической последовательности в изложении программного материала, затруднения при решении практических задач	Хорошо/зачтено
Уровень 4. Продвинутый	Глубокое освоение программного материала, логически стройное его изложение, умение связать теорию с возможностью ее применения на практике, свободное решение задач и обоснование принятого решения	Отлично/зачтено

8. ПЕРЕЧЕНЬ ОСНОВНОЙ И ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ).

8.1. Основная учебная литература:

1. Мандель Б. Р. Современная психология массовых коммуникаций: история, теория, проблематика: учебное пособие для обучающихся в магистратуре - М., Берлин: Директ-Медиа, 2019. - 438 с.
2. Двинянинова Е. Н. Психология массовых коммуникаций: учебное пособие - ПГТУ, 2018. - 156 с.

8.2. Дополнительная учебная литература:

1. Андреева Г.М. Социальная психология / Андреева Г.М. — М.: Аспект Пресс, 1999. — 376 с.
2. Винтерхофф-Шпурк П. Медиапсихология. Основные принципы / П. Винтерхофф-Шпурк. — Х.: Изд-во Гуманитарный Центр. 2007. — 288 с.
3. Войтасик Л. Психология политической пропаганды / Л. Войтасик. — М.: Прогресс. 1981. — 281 с.
4. Гулевич О.А. Психология коммуникации / О.А. Гулевич. — М.: Московский психолого-социальный институт, 2007. — 384 с.
5. Жилавская И.В. Медиаповедение личности. Материалы к курсу: учеб. пособие / И.В. Жилавская. — М.: РИЦ МГГУ им. М.А. Шолохова, 2012. — 91 с.
6. Исследования СМИ: Методология, подходы, методы: учебно-методич. пособие. — М.: Изд-во Моск. ун-та; Факультет журналистики МГУ им. М.В. Ломоносова, 2011. — 236 с.
7. Когнитивная психология: учебник для вузов / под ред. В.Н. Дружинина, Д.В. Ушакова — М.: ПЕР СЭ, 2002. — 480 с.
8. Липпман У. Общественное мнение / У. Липпман. — М. : Институт Фонда «Общественное мнение», 2004. — 384 с.
9. Маклюэн Г.М. Понимание Медиа: Внешние расширения человека / Г.М. Маклюэн. — М.: Кучково поле, 2011. — 464 с.
10. Мозер К. Психология маркетинга и рекламы / К. Мозер. — Харьков: Издательство Гуманитарный Центр, 2004. — 380 с.
11. Ольшанский Д.В. Психология масс / Д.В. Ольшанский. — СПб.: Питер, 2002. — 363 с.
12. Основы теории коммуникации: учебник / под ред. проф. М.А. Василика. — М.: Гардарики, 2003. — 615 с.
13. Поршнев Б.Ф. Социальная психология и история / Б.Ф. Поршнев. — М.: Наука, 1979. — 232 с.
14. Сосновская А.М. Журналист: личность и профессионал (психология идентичности) / А.М. Сосновская. — СПб.: Роза мира, 2005. — 206 с.
15. Шепель В.М. Имиджология: секреты личного обаяния / В.М. Шепель. — Ростов н/Д: Феникс, 2005. — 472 с.
16. Никулина С. А. Психология массовой коммуникации : учебное пособие - Директ-Медиа, 2014. - 170 с.
17. Антонова Н.В. Психология массовых коммуникаций. Учебник - М.: ЮРАЙТ, 2014. - 376 с.

9. ПЕРЕЧЕНЬ РЕСУРСОВ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ «ИНТЕРНЕТ», НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ).

http://diss.rsl.ru	Российская государственная библиотека. Электронная библиотека: Диссертации [Электронный ресурс]
http://psychology.net.ru/tests/	Мир психологии
http://psylist.net/praktikum/	Psylist.net.

10. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ).

Основными видами аудиторной работы обучающегося при изучении дисциплины являются лекции и семинарские занятия. Обучающийся не имеет права пропускать без уважительных причин аудиторные занятия, в противном случае он может быть не допущен к зачету/экзамену.

На лекциях даются и разъясняются основные понятия темы, связанные с ней теоретические и практические проблемы, рекомендации для самостоятельной работы. В ходе лекции обучающийся должен внимательно слушать и конспектировать лекционный материал.

Завершают изучение наиболее важных тем учебной дисциплины семинарские занятия. Они служат для контроля подготовленности обучающегося; закрепления изученного материала; развития умения и навыков подготовки докладов, сообщений по естественнонаучной проблематике; приобретения опыта устных публичных выступлений, ведения дискуссии.

Семинару предшествует самостоятельная работа обучающегося, связанная с освоением лекционного материала и материалов, изложенных в учебниках, учебных пособиях и в рекомендованной преподавателем тематической литературе. По согласованию с преподавателем или его заданию обучающийся может готовить рефераты по отдельным темам дисциплины. Примерные темы докладов, рефератов и вопросов для обсуждения приведены в настоящих рекомендациях.

10.1. Работа на лекции.

Основу теоретического обучения обучающихся составляют лекции. Они дают систематизированные знания обучающимся о наиболее сложных и актуальных философских проблемах. На лекциях особое внимание уделяется не только усвоению обучающимися изучаемых проблем, но и стимулированию их активной познавательной деятельности, творческого мышления, развитию научного мировоззрения, профессионально-значимых свойств и качеств. Излагаемый материал может показаться обучающимся сложным, необычным, поскольку включает знания, почерпнутые преподавателем из различных отраслей науки, религии, истории, практики. Вот почему необходимо добросовестно и упорно работать на лекциях. Осуществляя учебные действия на лекционных занятиях, обучающиеся должны внимательно воспринимать действия преподавателя, запоминать складывающиеся образы, мыслить, добиваться понимания изучаемого предмета.

Обучающиеся должны аккуратно вести конспект. В случае недопонимания какой-либо части предмета следует задать вопрос в установленном порядке преподавателю. В процессе работы на лекции необходимо так же выполнять в конспектах модели изучаемого предмета (рисунки, схемы, чертежи и т.д.), которые использует преподаватель.

Обучающимся, изучающим курс, рекомендуется расширять, углублять, закреплять усвоенные знания во время самостоятельной работы, особенно при подготовке к семинарским занятиям, изучать и конспектировать не только обязательную, но и дополнительную литературу.

10.2. Работа с конспектом лекций.

Просмотрите конспект сразу после занятий. Отметьте материал конспекта лекций, который вызывает затруднения для понимания. Попытайтесь найти ответы на затруднительные вопросы, используя предлагаемую литературу. Если самостоятельно не удалось разобраться в материале, сформулируйте вопросы и обратитесь на текущей консультации или на ближайшей лекции за помощью к преподавателю.

Каждую неделю отводите время для повторения пройденного материала, проверяя свои знания, умения и навыки по контрольным вопросам и тестам.

10.3. Выполнение практических работ.

По наиболее сложным проблемам учебной дисциплины проводятся практические занятия. Их главной задачей является углубление и закрепление теоретических знаний у обучающихся.

Практическое занятие проводится в соответствии с планом. В плане указываются тема, время, место, цели и задачи занятия, тема доклада и реферативного сообщения, обсуждаемые вопросы. Дается список обязательной и дополнительной литературы, рекомендованной к занятию.

Подготовка обучающихся к занятию включает:

- заблаговременное ознакомление с планом занятия;
- изучение рекомендованной литературы и конспекта лекций;
- подготовку полных и глубоких ответов по каждому вопросу, выносимому для обсуждения;
- подготовку доклада, реферата по указанию преподавателя;

При проведении практических занятий уделяется особое внимание заданиям, предполагающим не только воспроизведение обучающимися знаний, но и направленных на развитие у них творческого мышления, научного мировоззрения. Для лучшего усвоения и закрепления материала по данной дисциплине помимо конспектов лекций, обучающимся необходимо научиться работать с обязательной и дополнительной литературой. Изучение, дисциплины предполагает отслеживание публикаций в периодических изданиях и работу с INTERNET.

Целесообразно готовиться к практическим занятиям за 1-2 недели до их начала, а именно: на основе изучения рекомендованной литературы выписать в контекст основные категории и понятия по учебной дисциплине, подготовить развернутые планы ответов и краткое содержание выполненных заданий. Обучающийся должен быть готов к контрольным опросам на каждом учебном занятии. Одобряется и поощряется инициативные выступления с докладами и рефератами по темам практических занятий.

10.4. Подготовка докладов, фиксированных выступлений и рефератов.

При подготовке к докладу по теме, указанной преподавателем, обучающийся должен ознакомиться не только с основной, но и дополнительной литературой, а также с последними публикациями по этой тематике в сети Интернет. Необходимо подготовить текст доклада и иллюстративный материал в виде презентации. Доклад должен включать введение, основную часть и заключение. На доклад отводится 10-15 минут учебного времени. Он должен быть научным, конкретным, определенным, глубоко раскрывать проблему и пути ее решения.

Рекомендации к выполнению реферата:

1. Работа выполняется на одной стороне листа формата А 4.
2. Размер шрифта 14, межстрочный интервал (одинарный).
3. Объем работы должен составлять от 10 до 15 листов (вместе с приложениями).
4. Оставляемые по краям листа поля имеют следующие размеры:
Слева - 30 мм; справа - 15 мм; сверху - 15 мм; снизу - 15 мм.
5. Содержание реферата:
 - *Титульный лист.*
 - *Содержание.*
 - *Введение.*

Введение должно включать в себя краткое обоснование актуальности темы реферата. В этой части необходимо также показать, почему данный вопрос может представлять научный интерес и какое может иметь практическое значение.

- *Основной материал.*
- *Заключение.*

Заключение - часть реферата, в которой формулируются выводы по параграфам, обращается внимание на выполнение поставленных во введении задач и целей. Заключение должно быть чётким, кратким, вытекающим из основной части.

- *Список литературы.*

6. Нумерация страниц проставляется в правом нижнем углу, начиная с введения (стр. 3). На титульном листе и содержании, номер страницы не ставится.

7. Названия разделов и подразделов в тексте должны точно соответствовать названиям, приведённым в содержании.

8. Таблицы помещаются по ходу изложения, должны иметь порядковый номер. (Например: Таблица 1, Рисунок 1, Схема 1 и т.д.).

9. В таблицах и в тексте следует укрупнять единицы измерения больших чисел в зависимости от необходимой точности.

10. Графики, рисунки, таблицы, схемы следуют после ссылки на них и располагаются симметрично относительно центра страницы.

11. В списке литературы указывается полное название источника, авторов, места издания, издательство, год выпуска и количество страниц.

10.5. Разработка электронной презентации.

Распределение тем презентации между обучающимися и консультирование их по выполнению письменной работы осуществляется также как и по реферату. Приступая к подготовке письменной работы в виде электронной презентации необходимо исходить из целей презентации и условий ее прочтения, как правило, такую работу обучающиеся представляют преподавателю на проверку по электронной почте, что исключает возможность дополнительных комментариев и пояснений к представленному материалу.

По согласованию с преподавателем, материалы презентации обучающийся может представить на CD/DVD-диске (USB флэш-диске).

Электронные презентации выполняются в программе MS PowerPoint в виде слайдов в следующем порядке:

- титульный лист с заголовком темы и автором исполнения презентации;
- план презентации (5-6 пунктов -это максимум);
- основная часть (не более 10 слайдов);
- заключение (вывод);

Общие требования к стилевому оформлению презентации:

-дизайн должен быть простым и лаконичным;
 -основная цель - читаемость, а не субъективная красота. При этом не надо впадать в другую крайность и писать на белых листах черными буквами – не у всех это получается стильно;

-цветовая гамма должна состоять не более чем из двух-трех цветов;

-всегда должно быть два типа слайдов: для титульных, планов и т.п. и для основного текста;

-размер шрифта должен быть: 24–54 пункта (заголовки), 18–36 пунктов (обычный текст);

-текст должен быть свернут до ключевых слов и фраз. Полные развернутые предложения на слайдах таких презентаций используются только при цитировании. При необходимости, в поле «Заметки к слайдам» можно привести краткие комментарии или пояснения.

-каждый слайд должен иметь заголовок;

-все слайды должны быть выдержаны в одном стиле;

-на каждом слайде должно быть не более трех иллюстраций;

-слайды должны быть пронумерованы с указанием общего количества слайдов;

-использовать встроенные эффекты анимации можно только, когда без этого не обойтись.

Обычно анимация используется для привлечения внимания слушателей (например, последовательное появление элементов диаграммы).

-списки на слайдах не должны включать более 5–7 элементов. Если элементов списка все-таки больше, их лучше расположить в две колонки. В таблицах не должно быть более четырех строк и четырех столбцов – в противном случае данные в таблице будут очень мелкими и трудно различимыми.

10.6. Методика работы с обучающимися с ограниченными возможностями здоровья.

В Институте созданы специальные условия для получения высшего образования по образовательным программам обучающимися с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ).

Для перемещения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья созданы специальные условия для беспрепятственного доступа в учебные помещения и другие помещения, а также их пребывания в указанных помещениях с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся.

При получении образования обучающимся с ограниченными возможностями здоровья при необходимости предоставляются бесплатно специальные учебники и учебные пособия, иная учебная литература. Также имеется возможность предоставления услуг ассистента, оказывающего обучающимся с ограниченными возможностями здоровья необходимую техническую помощь, в том числе услуг сурдопереводчиков и тифлосурдопереводчиков.

Получение доступного и качественного высшего образования лицами с ограниченными возможностями здоровья обеспечено путем создания в Институте комплекса необходимых условий обучения для данной категории обучающихся. Информация о специальных условиях, созданных для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья, размещена на сайте Института.

Для обучения инвалидов и лиц с ОВЗ, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата обеспечиваются и совершенствуются материально-технические условия беспрепятственного доступа в учебные помещения, туалетные, другие помещения, условия их пребывания в указанных помещениях (наличие лифта, пандусов, поручней, расширенных дверных проемов и др.).

Для адаптации к восприятию обучающимися инвалидами и лицами с ОВЗ с нарушенным слухом справочного, учебного материала, предусмотренного образовательной программой по выбранным направлениям подготовки, обеспечиваются следующие условия: для лучшей ориентации в аудитории, применяются сигналы, оповещающие о начале и конце занятия (слово «звонок» пишется на доске); внимание слабослышащего обучающегося привлекается педагогом жестом (на плечо кладется рука, осуществляется нерезкое похлопывание); разговаривая с обучающимся, педагог смотрит на него, говорит ясно, короткими предложениями, обеспечивая возможность чтения по губам.

Компенсация затруднений речевого и интеллектуального развития слабослышащих инвалидов и лиц с ОВЗ проводится за счет: использования схем, диаграмм, рисунков, компьютерных презентаций с гиперссылками, комментирующими отдельные компоненты изображения; регулярного применения упражнений на графическое выделение существенных признаков предметов и явлений; обеспечения возможности для обучающегося получить адресную консультацию по электронной почте по мере необходимости.

Для адаптации к восприятию инвалидами и лицами с ОВЗ с нарушениями зрения

справочного, учебного, просветительского материала, предусмотренного образовательной программой Института по выбранной специальности, обеспечиваются следующие условия: ведется адаптация официального сайта в сети Интернет с учетом особых потребностей инвалидов по зрению, обеспечивается наличие крупношрифтовой справочной информации о расписании учебных занятий; в начале учебного года обучающиеся несколько раз проводятся по зданию Института для запоминания месторасположения кабинетов, помещений, которыми они будут пользоваться; педагог, его собеседники, присутствующие представляются обучающимся, каждый раз называется тот, к кому педагог обращается; действия, жесты, перемещения педагога коротко и ясно комментируются; печатная информация предоставляется крупным шрифтом (от 18 пунктов), тотально озвучивается; обеспечивается необходимый уровень освещенности помещений; предоставляется возможность использовать компьютеры во время занятий и право записи объяснения на диктофон (по желанию обучающегося).

Форма проведения текущей и промежуточной аттестации для обучающихся с ОВЗ определяется преподавателем в соответствии с учебным планом. При необходимости обучающемуся с ОВЗ с учетом его индивидуальных психофизических особенностей дается возможность пройти промежуточную аттестацию устно, письменно на бумаге, письменно на компьютере, в форме тестирования и т.п., либо предоставляется дополнительное время для подготовки ответа.

11. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ), ВКЛЮЧАЯ ПЕРЕЧЕНЬ ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ И ИНФОРМАЦИОННЫХ СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ.

При проведении лекционных занятий по дисциплине преподаватель использует аудиовизуальные, компьютерные и мультимедийные средства обучения Института, а также демонстрационные (презентации) и наглядно-иллюстрационные (в том числе раздаточные) материалы.

Практические занятия по данной дисциплине проводятся с использованием компьютерного и мультимедийного оборудования Института, при необходимости – с привлечением полезных Интернет-ресурсов и пакетов прикладных программ.

Лицензионное программно-информационное обеспечение	Microsoft Windows, Microsoft Office, Google Chrome, Kaspersky Endpoint Security
Современные профессиональные базы данных	1. Консультант+ 2. Справочная правовая система «ГАРАНТ».
Информационные справочные системы	1. Электронная библиотечная система (ЭБС) ООО «Современные цифровые технологии» 2. https://elibrary.ru - Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU (ресурсы открытого доступа) 3. https://www.rsl.ru - Российская Государственная Библиотека (ресурсы открытого доступа) 4. https://link.springer.com - Международная реферативная база данных научных изданий Springerlink (ресурсы открытого доступа) 5. https://zbmath.org - Международная реферативная база данных научных изданий zbMATH (ресурсы открытого доступа)

12. ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНЫХ АУДИТОРИЙ И ОБОРУДОВАНИЯ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ УЧЕБНЫХ ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ).

Учебные занятия по дисциплине проводятся в специализированной аудитории, оборудованной ПК, с возможностями показа презентаций. В процессе чтения лекций, проведения семинарских и практических занятий используются наглядные пособия, комплект слайдов, видеороликов.

Применение ТСО (аудио- и видеотехники, мультимедийных средств) обеспечивает максимальную наглядность, позволяет одновременно тренировать различные виды речевой деятельности, помогает корректировать речевые навыки, способствует развитию слуховой и зрительной памяти, а также усвоению и запоминанию образцов правильной речи, совершенствованию речевых навыков.

Перечень оборудованных учебных аудиторий и специальных помещений

<p>№ 610 Кабинет психологии Учебная аудитория для проведения занятий лекционного и семинарского типа</p> <ul style="list-style-type: none">- доска- стол преподавателя- кресло для преподавателя- комплекты учебной мебели- демонстрационное оборудование – проектор и компьютер- учебно-наглядные пособия <p>Программное обеспечение: Microsoft Windows (Договор № 64434/МОС4501 от 04.09.2019), Microsoft Office (Договор № 64434/МОС4501 от 04.09.2019), Google Chrome (Свободно распространяемое ПО), Kaspersky Endpoint Security (Договор №877/ЛН от 25.05.2016).</p>
<p>№ 610 Кабинет психологии Учебная аудитория для групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации</p> <ul style="list-style-type: none">- доска- стол преподавателя- кресло для преподавателя- комплекты учебной мебели- демонстрационное оборудование – проектор и компьютер- учебно-наглядные пособия <p>Программное обеспечение: Microsoft Windows (Договор № 64434/МОС4501 от 04.09.2019), Microsoft Office (Договор № 64434/МОС4501 от 04.09.2019), Google Chrome (Свободно распространяемое ПО), Kaspersky Endpoint Security (Договор №877/ЛН от 25.05.2016).</p>
<p>№ 404, 511 Помещения для самостоятельной работы</p> <ul style="list-style-type: none">- комплекты учебной мебели- компьютерная техника с подключением к сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду <p>Программное обеспечение: Microsoft Windows (Договор № 64434/МОС4501 от 04.09.2019), Microsoft Office (Договор № 64434/МОС4501 от 04.09.2019), Google Chrome (Свободно распространяемое ПО), Kaspersky Endpoint Security (Договор №877/ЛН от 25.05.2016), Справочно-правовая система «Гарант» (Договор №14-ПЛДЗ/2023 от 01 декабря 2022</p>

года).
<p>№ 404</p> <p>Библиотека, читальный зал с выходом в сеть Интернет</p> <ul style="list-style-type: none"> - комплекты учебной мебели; - компьютерная техника с подключением к сети «Интернет», доступом в электронную информационно-образовательную среду и электронно-библиотечную систему. <p>Программное обеспечение:</p> <p>Microsoft Windows (Договор № 64434/МОС4501 от 04.09.2019), Microsoft Office (Договор № 64434/МОС4501 от 04.09.2019), Google Chrome (Свободно распространяемое ПО), Kaspersky Endpoint Security (Договор №877/ЛН от 25.05.2016), Справочно-правовая система «Гарант» (Договор №14-ПЛДЗ/2023 от 01 декабря 2022 года).</p>
<p>№ 401</p> <p>Актный зал для проведения научно-студенческих конференций и мероприятий</p> <ul style="list-style-type: none"> - специализированные кресла для актовых залов - сцена - трибуна - экран - технические средства, служащие для представления информации большой аудитории - компьютер - демонстрационное оборудование и аудиосистема - микрофоны <p>Программное обеспечение:</p> <p>Microsoft Windows (Договор № 64434/МОС4501 от 04.09.2019), Microsoft Office (Договор № 64434/МОС4501 от 04.09.2019), Google Chrome (Свободно распространяемое ПО), Kaspersky Endpoint Security (Договор №877/ЛН от 25.05.2016).</p>
<p>№ 515</p> <p>Помещение для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования</p> <ul style="list-style-type: none"> - стеллажи - учебное оборудование

Разработчик:

кандидат психологических наук,
доцент кафедры психологии

С.В. Колябин