

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

**федеральное государственное автономное
образовательное учреждение высшего образования_
«Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет
им. Н.И. Лобачевского»**

Дзержинский филиал ННГУ

УТВЕРЖДЕНО
решением Ученого совета ННГУ
протокол № 10 от 02.12.2024 г.

Рабочая программа дисциплины

Психология массовых коммуникаций

Уровень высшего образования
Бакалавриат

Направление подготовки / специальность
42.03.01 - Реклама и связи с общественностью

Направленность образовательной программы
Реклама и связи с общественностью в системе управления компанией

Форма обучения
заочная

г. Дзержинск

2025 год начала подготовки

1. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина Б1.В.11 Психология массовых коммуникаций относится к части, формируемой участниками образовательных отношений образовательной программы.

2. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы (компетенциями и индикаторами достижения компетенций)

Формируемые компетенции (код, содержание компетенции)	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), в соответствии с индикатором достижения компетенции		Наименование оценочного средства	
	Индикатор достижения компетенции (код, содержание индикатора)	Результаты обучения по дисциплине	Для текущего контроля успеваемости	Для промежуточной аттестации
ПК-8: Способен использовать стратегии и технологии медиапланирования в коммуникационной и рекламной деятельности	ПК-8.1: Осуществляет поиск статистической и аналитической информации, характеризующей ситуацию на рынке ПК-8.2: Применяет на практике техники и технологии медиапланирования в коммуникационной и рекламной деятельности	ПК-8.1: Знать технологии поиска статистической и аналитической информации, характеризующей ситуацию на рынке; Уметь использовать технологии поиска статистической и аналитической информации, характеризующей ситуацию на рынке; Владеть практическими навыками поиска статистической и аналитической информации, характеризующей ситуацию на рынке; ПК-8.2: Знать техники и технологии медиапланирования в коммуникационной и рекламной деятельности; Уметь использовать в практической деятельности техники и технологии медиапланирования в коммуникационной и рекламной деятельности; Владеть навыками применения в практической деятельности техники и технологии медиапланирования в	Доклад Тест Реферат	Экзамен: Контрольные вопросы

		коммуникационной и рекламной деятельности;		
--	--	--	--	--

3. Структура и содержание дисциплины

3.1 Трудоемкость дисциплины

	заочная
Общая трудоемкость, з.е.	5
Часов по учебному плану	180
в том числе	
аудиторные занятия (контактная работа):	
- занятия лекционного типа	8
- занятия семинарского типа (практические занятия / лабораторные работы)	10
- КСР	2
самостоятельная работа	151
Промежуточная аттестация	9 Экзамен

3.2. Содержание дисциплины

(структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и виды учебных занятий)

Наименование разделов и тем дисциплины	Всего (часы)	в том числе			
		Контактная работа (работа во взаимодействии с преподавателем), часы из них			Самостоятельная работа обучающегося, часы
		Занятия лекционного типа	Занятия семинарского типа (практические занятия/лабораторные работы), часы	Всего	
	з ф о	з ф о	з ф о	з ф о	з ф о
Тема 1. Актуальные проблемы психологии массовых коммуникаций	27	1	1	2	25
Тема 2. Психологические теории МК- воздействия	28	1	2	3	25
Тема 3. Социально- психологические аспекты МК в оффлайн и онлайн среде	29	2	2	4	25
Тема 4. Роль стереотипов и установок в МК- воздействии.	29	2	2	4	25
Тема 5. Психологические аспекты убеждающего воздействия МК	28	1	2	3	25
Тема 6. Эффективность массовой коммуникации на основе социально-значимых ценностей	28	1	1	2	26
Аттестация	9				
КСР	2			2	
Итого	180	8	10	20	151

Содержание разделов и тем дисциплины

Тема 1. Актуальные проблемы психологии массовых коммуникаций

Общение и коммуникация. Виды коммуникации. Сравнение массовой и межличностной коммуникации. Функции массовой коммуникации.

Тема 2. Психологические теории МК-воздействия

Психология массовых коммуникаций в системе психологических наук. Основные психологические характеристики массовой коммуникации. Социально-психологические теории массовой коммуникации. Психологические исследования массово-коммуникационной практики.

Тема 3. Социально- психологические аспекты МК в оффлайн и онлайн среде. Психологический анализ каналов массовой коммуникации.

Характеристика прессы. Тенденции развития прессы в конце XX — начале XXI века. Характеристика радио. Главные тенденции развития современного радиовещания. Характеристика телевидения. Тенденции развития телевидения в конце XX — начале XXI века. Характеристика Интернета. Общие закономерности и тенденции развития средств массовой коммуникации.

Тема 4. Роль стереотипов и установок в МК- воздействии.

Эффект стереотипизации. Установки и их значение в восприятии информации массовых коммуникаций. Стереотип: понятие, функции, виды. Механизмы формирования социальных стереотипов. Анализ стереотипов. Функции стереотипов. Виды стереотипов. Технология создания и разрушения стереотипов. Роль СМИ в создании и функционировании стереотипов.

Тема 5. Психологические аспекты убеждающего воздействия МК

Психологическое воздействие. Психологическое влияние. Виды психологического влияния. Форма осуществления психологического влияния. Методы психологической защиты. Убеждение, как механизм психологического воздействия. Внушение как механизм психологического воздействия. Манипуляция как психологическая технология влияния.

Тема 6. Эффективность массовой коммуникации на основе социально- значимых ценностей

Основные эффекты, которые детерминированы (обусловлены) СМК. Эффективность СМК: понятие, подходы. Эффективность СМК - изменение в массовом, групповом и индивидуальном сознании и поведении. Пролонгированные воздействия СМК. Социально-психологические эффекты массовой коммуникации.

Практические занятия /лабораторные работы организуются, в том числе, в форме практической подготовки, которая предусматривает участие обучающихся в выполнении отдельных элементов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

На проведение практических занятий / лабораторных работ в форме практической подготовки отводится: заочная форма обучения - 2 ч.

4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся

Самостоятельная работа обучающихся включает в себя подготовку к контрольным вопросам и заданиям для текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины приведенным в п. 5.

Для обеспечения самостоятельной работы обучающихся используются:

Электронные курсы, созданные в системе электронного обучения ННГУ:

Психология массовых коммуникаций, <https://e-learning.unn.ru/course/view.php?id=7092>.

Иные учебно-методические материалы:

Методические рекомендации по организации самостоятельной работы студентов: учебно-метод. пособие/Е.И. Яковлева, А.В. Крымов, П.Ю. Иванов, Ю.В. Родионова, Е.В. Себина. – Нижний Новгород: Нижегородский госуниверситет, 2018. – 62 с.

5. Фонд оценочных средств для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по дисциплине (модулю)

5.1 Типовые задания, необходимые для оценки результатов обучения при проведении текущего контроля успеваемости с указанием критериев их оценивания:

5.1.1 Типовые задания (оценочное средство - Доклад) для оценки сформированности компетенции ПК-8:

1. Характеристика эффектов МК, оказываемых на человека и общества
2. Эмоциональные и рациональные способы аудитории реагирования на МК-сообщение: преимущества и ограничения
3. Основные психологические приемы, используемые в МК-сообщениях, размещенных посредством разных каналов
4. Психологические технологии воздействия коммуникатора на аудиторию.
5. Проблема социальной ответственности современных СМИ перед обществом
6. Психологические аспекты в организации и проведении пропагандистских компаний.
7. Психологические аспекты в организации и проведении информационных компаний.
8. Психологические аспекты в организации и проведении рекламных компаний.
9. Специфика воздействия кино и компьютерных игр на человека и его образ мира
10. Психологические типы потребителей МК-сообщений.
11. Практика использования контент-анализа в МК.
12. Практика использования фокус-групп для исследования аудитории.
13. Проблема креативности в работе коммуникатора.
14. Роль массовой коммуникации в продвижение инновационных технологий
15. Психологические аспекты конструирования имиджа организации с использованием МК

Критерии оценивания (оценочное средство - Доклад)

Оценка	Критерии оценивания
зачтено	Глубокое и твердое знание темы. Свободное и уверенное ориентирование в ее проблематике.
не зачтено	Наличие лишь общего представления о конкретной теме и ее общей проблематике.

5.1.2 Типовые задания (оценочное средство - Тест) для оценки сформированности компетенции ПК-8:

1. Коммуникация представляет собой:

- А) информационное взаимодействие;
- Б) общение;
- В) речевую деятельность;
- Г) процесс взаимодействия и передачи информации.

2. Массовая коммуникация - это:

- А) передача информации большим по численности группам людей;
- Б) взаимодействие больших социальных групп в условиях противоборства;
- В) взаимодействие между различными индивидами при непосредственном контакте; Г) комплекс средств связи между источником и приемником информации;

3. Понятие "массовая информация" означает:

- А) периодические печатные издания;
- Б) социальная информация, которой оперирует масса;
- В) распространение информации;
- Г) общение, передача информации от человека к человеку.

4. Двухступенчатая модель коммуникации открыта:

- А) У. Эко;
- Б) П. Лазарсфельдом;
- В) Аристотелем;
- Г) Ю. Лотманом.

5. Сущность модели "привратника" в информационном процессе:

- А) информация фильтруется на выходе из источника;
- Б) информация фильтруется на входе;
- В) информация фильтруется на выходе и на входе;
- Г) информация передается от источника к реципиенту.

6. Социальные функции массовой коммуникации:

- А) информационная, регулятивная, культурологическая;

Б) контроль за информацией, функция "антенны";

В) функция призмы - формирование новых моделей поведения;

Г) функция эха.

7. Какая модель теле- и радиовещания доминирует в США?

А) частное коммерческое;

Б) государственное;

В) общественное;

Г) смешанное.

8. Психологический механизм, основанный на прямом и неаргументированном воздействии на коммуниканта, предполагающий некритичное восприятие информации - это:

А) убеждение;

Б) спираль молчания;

В) внушение;

Г) аттитюд.

9. К технологиям манипулятивного воздействия в массовой коммуникации не относится:

А) директива;

Б) манипуляция;

В) толерантность;

Г) диалог.

10. Приписывание причин, объяснение поведения другого при возникновении трудностей в совместной деятельности - это:

А) социальная стереотипизация;

Б) рефлексия;

В) идентификация;

Г) каузальная атрибуция.

Критерии оценивания (оценочное средство - Тест)

Оценка	Критерии оценивания
превосходно	больше 95% правильных ответов

Оценка	Критерии оценивания
отлично	больше 90% правильных ответов
очень хорошо	больше 80% правильных ответов
хорошо	больше 70% правильных ответов
удовлетворительно	больше 60% правильных ответов
неудовлетворительно	менее 60% и более 40% правильных ответов
плохо	менее 40% правильных ответов

5.1.3 Типовые задания (оценочное средство - Реферат) для оценки сформированности компетенции ПК-8:

1. Межличностная и массовая коммуникация. Различие традиционных каналов СМК.
2. Специфика новостных сообщений в СМК и их эффективность.
3. Особенности сообщения, оказывающие влияние на его эффективность.
4. Особенности коммуникатора, оказывающие влияние на эффективность убеждающего сообщения.
5. Особенности аудитории, оказывающие влияние на эффективность убеждающего сообщения.
6. Пользователи Интернета. Особенности общения в Интернете.
7. Интернет-зависимость, ее психологические особенности.
8. Обучающий и убеждающий потенциал Интернет-коммуникации.
9. Электронные дискуссионные группы.
10. Деструктивное поведение в средствах массовой коммуникации и его влияние на аудиторию.
11. Формирование эталонных представлений средствами массовой коммуникации.
12. Формирование ценностей средствами СМК.
13. Образы групп в средствах массовой коммуникации.
14. Возрастные группы и восприятие сообщений СМК.
15. Положительное влияние СМК на аудиторию.
16. Роль внушения, заражения и подражания в рекламе.
17. Психологическая основа модного поведения.
18. Распространение слухов и их предотвращение.
19. Деструктивное поведение в средствах массовой коммуникации и его влияние на аудиторию.
20. Психологические эффекты скрытой рекламы.

Критерии оценивания (оценочное средство - Реферат)

Оценка	Критерии оценивания
зачтено	студент 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; — владеет системой основных понятий.
не зачтено	студент 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; — не владеет понятийным аппаратом.

5.2. Описание шкал оценивания результатов обучения по дисциплине при промежуточной аттестации

Шкала оценивания сформированности компетенций

Уровень сформированности компетенций (индикатора достижения компетенций)	плохо	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	очень хорошо	отлично	превосходно
	не зачтено		зачтено				
<u>Знания</u>	Отсутствие знаний теоретического материала. Невозможность оценить полноту знаний вследствие отказа обучающегося от ответа	Уровень знаний ниже минимальных требований. Имели место грубые ошибки	Минимально допустимый уровень знаний. Допущено много негрубых ошибок	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Допущено несколько негрубых ошибок	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Допущено несколько несущественных ошибок	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Ошибок нет.	Уровень знаний в объеме, превышающем программу подготовки.
<u>Умения</u>	Отсутствие минимальных умений. Невозможность оценить наличие умений вследствие отказа обучающегося от ответа	При решении стандартных задач не продемонстрированы основные умения. Имели место грубые ошибки	Продemonстрированы основные умения. Решены типовые задачи с негрубыми ошибками. Выполнены все задания, но не в полном объеме	Продemonстрированы все основные умения. Решены все основные задачи с негрубыми ошибками. Выполнены все задания в полном объеме, но некоторые с недочетами	Продemonстрированы все основные умения. Решены все основные задачи. Выполнены все задания в полном объеме, но некоторые с недочетами.	Продemonстрированы все основные умения. Решены все основные задачи с отдельными несущественными недочетами, выполнены все задания в полном объеме	Продemonстрированы все основные умения. Решены все основные задачи. Выполнены все задания, в полном объеме без недочетов
<u>Навыки</u>	Отсутствие	При решении	Имеется	Продemonс	Продemonс	Продemonс	Продemonстр

	базовых навыков. Невозможность оценить наличие навыков вследствие отказа обучающегося от ответа	стандартных задач не продемонстрированы базовые навыки. Имели место грубые ошибки	минимальный набор навыков для решения стандартных задач с некоторыми недочетами	трированы базовые навыки при решении стандартных задач с некоторыми недочетами	трированы базовые навыки при решении стандартных задач без ошибок и недочетов	трированы навыки при решении нестандартных задач без ошибок и недочетов	ирован творческий подход к решению нестандартных задач
--	---	---	---	--	---	---	--

Шкала оценивания при промежуточной аттестации

Оценка		Уровень подготовки
зачтено	превосходно	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «превосходно», продемонстрированы знания, умения, владения по соответствующим компетенциям на уровне выше предусмотренного программой
	отлично	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «отлично».
	очень хорошо	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «очень хорошо»
	хорошо	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «хорошо».
	удовлетворительно	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «удовлетворительно», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «удовлетворительно»
не зачтено	неудовлетворительно	Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «неудовлетворительно».
	плохо	Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «плохо»

5.3 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов обучения на промежуточной аттестации с указанием критериев их оценивания:

5.3.1 Типовые задания (оценочное средство - Контрольные вопросы) для оценки сформированности компетенции ПК-8

1. Массовая коммуникация как разновидность коммуникации. Различия между массовой коммуникацией и межличностным общением.
2. Особенности МК. Роль психологии в исследованиях МК-воздействия
3. Роль информации в МК-воздействии. Виды информации, их роль в жизни общества и человека.
4. Этапы оформления массовой коммуникации как социального института
5. Характеристика «передающей» и «символической» модели МК.

6. Функции средств массовой коммуникации в современном обществе.
7. Методы исследования социально-психологического воздействия МК
8. Психологические исследования аудитории СМИ
9. Этапы исследования медиавоздействия
10. Роль необихевиоризма в исследовании МК-воздействия: основные принципы и понятия
11. Особенности воздействия «агрессивных» СМИ на поведение людей. Модель «мальчика Мартина» Хьюсмана
12. Йельская школа убеждающей коммуникации
13. Социально-когнитивная теория социального научения
14. Роль наблюдения в моделировании новых моделей поведения
15. Психологические особенности переработки социальной информации. Понятия «категория», «схема», «сценарий».
16. Массовые психические состояния и проявления.
17. Социальные стереотипы в восприятии человека человеком. Виды и свойства социальных стереотипов.
18. Теории социализации о воздействии МК на человека
19. Основные постулаты теории культивирования.
20. Роль социальной установки в убеждающем МК-воздействии
21. Основные характеристики установочной системы. Парадокс Лапьера
22. Проблема влияния установок на поведение: доступность установки, личностные и ситуационные факторы.
23. Психологические механизмы массовой коммуникации.
24. Влияние стереотипов на поведение и психику: эффект самоисполняющегося пророчества, фундаментальная ошибка атрибуции.
25. Характеристика стереотипных эффектов, вызывающих специфические эффекты и ошибки восприятия
26. Модель убеждающей коммуникации Мак-Гуайра. Теория когнитивного ответа.
27. Модель вероятности сознательной обработки информации
28. Конформизм. Соппротивление социальному давлению.
29. В чем заключаются социально-этические проблемы массовой коммуникации. Американский и немецкий подходы к медиа-воздействию
30. Социально-психологических аспектов формирования общественного мнения.

31. Роль заражения в МК-процессе. Социально-психологический феномен паники и механизмы ее предотвращения.
32. Роль подражания в МК.
33. Психология формирования имиджа посредством МК
34. Массовая коммуникация как разновидность коммуникации. Различия между массовой коммуникацией и межличностным общением.
35. Особенности МК. Роль психологии в исследованиях МК-воздействия
36. Индивидуальные особенности человека и восприятие информации.

Критерии оценивания (оценочное средство - Контрольные вопросы)

Оценка	Критерии оценивания
превосходно	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «превосходно», продемонстрированы знания, умения, владения по соответствующим компетенциям на уровне выше предусмотренного программой.
отлично	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «отлично».
очень хорошо	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «очень хорошо».
хорошо	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «хорошо».
удовлетворительно	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «удовлетворительно», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «удовлетворительно».
неудовлетворительно	Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «неудовлетворительно».
плохо	Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «плохо».

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)

Основная литература:

1. Антонова Наталья Викторовна. Психология массовых коммуникаций : учебник и практикум для вузов / Н. В. Антонова. - Москва : Юрайт, 2024. - 373 с. - (Высшее образование). - URL: <https://urait.ru/bcode/535832> (дата обращения: 15.08.2024). - ISBN 978-5-534-00520-2 : 1269.00. - Текст : электронный // ЭБС "Юрайт"., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=902025&idb=0>.

2. Руденко Андрей Михайлович. Психология массовых коммуникаций : Учебник / Донской государственный технический университет, ф-л Институт сферы обслуживания и предпринимательств; Донской государственный технический университет. - 1. - Москва : Издательский Центр РИОР, 2023. - 303 с. - (Высшее образование). - Профессиональное образование. - ISBN 978-5-369-01663-3. - ISBN 978-5-16-102644-1. - ISBN 978-5-16-012673-9., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=874334&idb=0>.
3. Виноградова Светлана Михайловна. Психология массовой коммуникации : учебник для вузов / С. М. Виноградова, Г. С. Мельник. - Москва : Юрайт, 2024. - 428 с. - (Высшее образование). - URL: <https://urait.ru/bcode/556714> (дата обращения: 15.08.2024). - ISBN 978-5-534-19592-7 : 1789.00. - Текст : электронный // ЭБС "Юрайт"., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=906310&idb=0>.

Дополнительная литература:

1. Виноградова Светлана Михайловна. Психология массовой коммуникации : учебник для вузов / С. М. Виноградова, Г. С. Мельник. - Москва : Юрайт, 2024. - 428 с. - (Высшее образование). - URL: <https://urait.ru/bcode/556714> (дата обращения: 15.08.2024). - ISBN 978-5-534-19592-7 : 1789.00. - Текст : электронный // ЭБС "Юрайт"., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=906310&idb=0>.
2. Макарова Людмила Сергеевна. Психология массовой коммуникации : учебно-методическое пособие / Л. С. Макарова ; ННГУ им. Н. И. Лобачевского. - Нижний Новгород : Изд-во ННГУ, 2024. - 61 с. - Текст : электронный., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=919274&idb=0>.

Программное обеспечение и Интернет-ресурсы (в соответствии с содержанием дисциплины):

- Справочная правовая система «Консультант Плюс»: <http://www.consultant.ru/>
- Электронно-библиотечная система «Консультант студента»: <http://www.studentlibrary.ru/>
- Электронно-библиотечная система «Знаниум»: <http://znanium.com/>
- Электронно-библиотечная система «Лань»: <https://e.lanbook.com/>
- Операционная система Microsoft Windows
- Пакет прикладных программ Microsoft Office

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)

Учебные аудитории для проведения учебных занятий, предусмотренных образовательной программой, оснащены мультимедийным оборудованием (проектор, экран), техническими средствами обучения.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечены доступом в электронную информационно-образовательную среду.

Программа составлена в соответствии с требованиями ОС ННГУ по направлению подготовки/специальности 42.03.01 - Реклама и связи с общественностью.

Автор(ы): Родионова Юлия Владимировна

Немова Ольга Алексеевна, кандидат социологических наук.

Заведующий кафедрой: Дюдяков Алексей Александрович, кандидат медицинских наук.

Программа одобрена на заседании методической комиссии от 28.12.2024, протокол № 21.