

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

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

Институт филологии и журналистики

УТВЕРЖДЕНО

решением президиума Ученого совета ННГУ

протокол № 1 от 16.01.2024 г.

Рабочая программа дисциплины

Психология массовой коммуникации

Уровень высшего образования

Бакалавриат

Направление подготовки / специальность

42.03.02 - Журналистика

Направленность образовательной программы

Периодическая печать

Форма обучения

очная, заочная, очно-заочная

г. Нижний Новгород

2024 год начала подготовки

1. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина Б1.В.01 Психология массовой коммуникации 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
ПКО-3: Способен учитывать общечеловеческие ценности в процессе создания журналистского текста и (или) продукта	ПКО-3.1: Соотносит вопросы информационной повестки дня с общечеловеческими ценностями; ПКО-3.2: Определяет ценностные приоритеты при отборе освещаемых явлений и событий;	ПКО-3.1: Знать специфику воплощения общечеловеческих ценностей в журналистском тексте; Уметь соотносить вопросы информационной повестки дня с общечеловеческими ценностями; Владеть практическими навыками воплощения общечеловеческих ценностей в журналистском тексте; ПКО-3.2: Знать специфику определения ценностных приоритетов при отборе освещаемых явлений и событий; Уметь определять ценностные приоритеты при отборе освещаемых явлений и событий; Владеть практическими навыками и навыками анализа и самоанализа в процессе определения ценностных приоритетов при отборе освещаемых явлений и событий	Дискуссионное обсуждение	Экзамен: Контрольные вопросы
ПКР-10: Способен применять методы формирования целевой аудитории	ПКР-10.1: Участвует в рамках своих полномочий в процессе организации обратной связи с	ПКР-10.1: Знать технологии организации обратной связи с аудиторией;	Опрос	Экзамен: Контрольные

на различных медиаплощадках издания, отбирать соответствующие темы, жанры и форматы публикаций для аудитории каждой площадки, побуждать ее к взаимодействию.	аудиторией (прием редакционной почты, ответы на письма, звонки, комментарии на сайте СМИ и страницах в социальных сетях); ПКР-10.2: Применяет в процессе осуществления профессиональной деятельности методы формирования целевой аудитории на различных медиаплощадках издания.	<p>Уметь использовать в практической деятельности технологии организации обратной связи с аудиторией;</p> <p>Владеть навыками непосредственного участия в процессе формирования обратной связи с аудиторией, в том числе прием редакционной почты, ответы на письма, звонки, комментарии на сайте СМИ и страницах в социальных сетях;</p> <p>ПКР-10.2: Знать технологии и методы организации обратной связи с целевой аудиторией на различных медиаплощадках издания;</p> <p>Уметь применять технологии и методы формирования целевой аудитории на различных медиаплощадках издания;</p> <p>Владеть навыками непосредственного участия в рамках осуществления профессиональной деятельности в процессе формирования</p>		вопросы
--	--	---	--	---------

3. Структура и содержание дисциплины

3.1 Трудоемкость дисциплины

	очная	очно-заочная	заочная
Общая трудоемкость, з.е.	3	3	3
Часов по учебному плану	108	108	108
в том числе			
аудиторные занятия (контактная работа):			
- занятия лекционного типа	32	12	4
- занятия семинарского типа (практические занятия / лабораторные работы)	16	12	4
- КСР	2	2	2

самостоятельная работа	22	46	89
Промежуточная аттестация	36 Экзамен	36 Экзамен	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					
	ОФ	ОЗФ	ЗФ	ОФ	ОЗФ	ЗФ	ОФ	ОЗФ	ЗФ	ОФ	ОЗФ	ЗФ	ОФ	ОЗФ	ЗФ
Тема 1Определение понятия «массовая коммуникация».	6	6	12	2	2	2	2			4	2	2	2	4	10
Теоретические аспекты исследования массовой коммуникации	8	6	13	4	2	2	2			6	2	2	2	4	11
Коммуникационны й процесс в системе массовой коммуникации	6	6	8	2			2	2		4	2	0	2	4	8
Пропаганда как форма массовой коммуникации.	10	8	10	6	2		2	2	2	8	4	2	2	4	8
Влияние СМИ на формирование общественного мнения.	6	4	10	2			2		2	4	0	2	2	4	8
Установка и стереотип общественного мнения.	6	8	8	4	2			2		4	4	0	2	4	8
Социальный психоанализ современных процессов массовой коммуникации	10	8	10	6			2	2		8	2	0	2	6	10
Информационная кампания	6	10	10	2	2		2	2		4	4	0	2	6	10
Информационная война как тип информационной кампании.	6	10	8	2	2		2	2		4	4	0	2	6	8
СМИ как субъект информационно- психологической безопасности	6	4	8	2						2	0	0	4	4	8
Аттестация	36	36	9												
КСР	2	2	2							2	2	2			
Итого	108	108	108	32	12	4	16	12	4	50	26	10	22	46	89

Содержание разделов и тем дисциплины

№ п/п Наименование раздела Содержание раздела

1. Определение понятия

«массовая коммуникация». Условия возникновения коммуникации. Виды коммуникации. Особенности массовой коммуникации. Условия возникновения и функционирования массовой коммуникации.

Социальная направленность массовой коммуникации. Функции массовой коммуникации. Роль массовой коммуникации в обществе.

Средства массовой коммуникации (СМК): печать, радио, ТВ, кино, видеотехника, графические средства,

компьютерные системы. Канал массовой коммуникации. Принцип выбора средств для конкретных коммуникационных целей. Социально- психологические аспекты разницы восприятия отдельных СМК и эффективность СМК.

Конкуренция, взаимодополнение и взаимодействие СМК.

2. Теоретические аспекты исследования массовой коммуникации. Возникновение учений о массах и психологии масс к.ХІХ – н. ХХ вв. (К. Маркс, Г. Лебон, Г. Тард, З. Фрейд). Развитие концепций учения о массах и их месте в культурно- коммуникативных процессах в ХХ в. (Т. Адорно, М. Хоркхаймер, С. Московичи, Э. Фромм, Ю. Хабермас). Исследование феномена массовой коммуникации в трудах Г. Лассауэлла, П. Лазарсфельда, Г. Шиллера, Н. Лумана.

СМИ в системе массовой культуры. Роль и значение СМИ в жизни современного общества. А. Грамши («Тюремные тетради») о воспроизводстве идеологических стандартов общественных отношений.

Конструирование в СМИ мифологической псевдореальности.

Идеология «здорового смысла», консюмеризма и эскейпизма в современных СМИ.

3. Коммуникационный процесс в системе массовой коммуникации. Понятие «цепь массовой коммуникации». Составные элементы цепи массовой коммуникации (источник, сообщение, средство массовой коммуникации, аудитория, эффект, ситуативные составляющие). Коммуникационный процесс в концепции Шеннона-Уивера. «Пятиступенчатая модель» коммуникации по Г. Лассауэлли.

«Двухступенчатая модель» П.Лазарсфельда. Современные теории описания специфики коммуникационного процесса (Н. Луман, Э.Нозль-Нойман и др.).

4. Пропаганда как форма массовой коммуникации. Сущность пропаганды как формы МК. Функции пропаганды. Виды пропаганды.

История пропаганды в ХХ веке. Особенности пропагандистских информационных технологий в период первой мировой войны. Деятельность

«комитета Крила» (1916-1918 гг.) в США как пример успешной пропагандистской кампании.

Пропаганда в период Великой Отечественной войны. Специфика информационно-психологического противоборства между СССР и фашистской Германией.

Приемы информационно- психологического воздействия в рамках пропаганды. Специфика использования приемов пропаганды в рамках информационно-психологического противоборства на современном этапе.

5. Влияние СМИ на формирование общественного мнения. Сущность понятия «общественное мнение». Формы воздействия СМК на процесс формирования и функционирования общественного мнения.

Современные технологии управления и корректировки общественного мнения. Нравственные аспекты манипулирования общественным мнением и этическая позиция журналиста и специалиста по связям с общественностью. Интернет и социальные сети в системе формирования общественного мнения.

Постановка данной проблем в современной литературе (Ф. Бегбедер, В. Пелевин, С. Минаев) и в кинематографе: Б. Левинсон «Плутовство» (1998), Р. Споттисвуд «Проект: Ельцин» (2003), Д. Райтман «Здесь курят!» (2005), сериалы BBC

«Абсолютная власть» (2010-2011) и ABC

«Скандал» (2012-2013); «Особенности национальной политики» (2003), «День выборов» (2007).

6. Установка и стереотип общественного мнения. Установка: сущность понятия и роль в структуре личности. Иерархия установок.

Стереотип: сущность понятия и психологическая основа. Виды стереотипов. Многообразие форм стереотипов. У. Липпман «Общественное мнение» (1922) и постановка проблемы формирования и управления общественным мнением.

Стереотип как вид памяти. Формирование стереотипов. Взаимодействие стереотипа и установки.

Технология создания и разрушения стереотипов.

Сущность понятия «имидж».

Взаимодействие понятий «имидж» и

«стереотип». Конструирование имиджа и условия его успешного функционирования. Специфика имиджа в политике и бизнесе. Формирование позитивного имиджа России на международной арене: история и современность.

7. Социальный психоанализ современных процессов массовой коммуникации Теория социального психоанализа в трудах З.Фрейда («Психология бессознательного и анализ человеческого Я», «По ту сторону принципа удовольствия», «Введение в психоанализ»), К.Г.Юнг «Феномен духа в искусстве и науке», Э.Фромм («Бегство от свободы», «Психоанализ и религия», «Душа человека»). Особенности социального психоанализа месс-медиа. Бессознательное как объект информационно-психологического воздействия. Понятие «социального фильтра» по Э.Фромму. «Социальный фильтр» и проблема психологической безопасности информационной среды в России на современном этапе.

8. Информационная кампания. Природа и сущность информационной кампании. Типология информационных кампаний. Этапы проведения информационной кампании. Критерии эффективности. Примеры успешных информационных кампаний в XX – XXI вв. на Западе и в России. Информационно-психологическое противоборство СССР и США в период «холодной войны», причины поражения СССР в данном противоборстве. Кинематограф как инструмент информационно-психологического противоборства. Формирование «образа врага» в американском кинематографе в 50-80 гг. XX века. Проблема функционирования негативных клише в отношении России в кинематографе США на современном этапе.

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: очная форма обучения - 8 ч., очно-заочная форма обучения - 8 ч., заочная форма обучения - 4 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.

Макарова Л.С., Толстунова М.А. Психология массовой коммуникации .Учебно- методическое пособие. <http://www.unn.ru/books/resources.html> ФЭОР ННГУ. Дата издания 18.03.2013.

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 - Дискуссионное обсуждение) для оценки сформированности компетенции ПКО-3:

Семинар «Пропаганда в период второй мировой войны. Противостояние СССР и фашистской Германии: пропагандистский аспект»

В рамках семинарского занятия студенты анализируют фрагменты выступлений У. Черчилля, Ш. де Голля, И.В. Сталина, выявляя элементы пропаганды, направленной на управление общественным мнением.

Вопросы к 1 части семинарского занятия:

1. В какой исторический момент каждым из политических деятелей (У. Черчилль, Ш. де Голль, И.В. Сталин) были сделаны представленные высказывания? Перед какой исторической задачей стояли народы, к которым они обращались?
1. Какие приемы пропаганды используются в указанных выступлениях?
1. С чем связан аспект апелляции к историческому прошлому в выступлениях У. Черчилля и И.В. Сталина?
1. Где вы видите приемы пропагандистского преувеличения?
1. Почему, на ваш взгляд, представленные выступления стали частью культурного наследия народов, к которым они были обращены?

Во 2 части семинарского занятия преподаватель демонстрирует электронную презентацию «**Пропаганда как форма массовой коммуникации**». Вопросы к эмпирическому материалу, представленному в презентации:

1. Охарактеризуйте специфику плаката и листовки как инструментов пропаганды.
2. К каким архетипическим образам и символам обращаются авторы плакатов?
3. В чем специфика советского плаката периода Великой Отечественной войны?
1. Выскажите мнение относительно характера и эффективности пропагандистских акций СССР и Германии в период ВОВ.
2. Проанализируйте причины эффективности советской пропаганды в период Великой Отечественной войны.

Критерии оценивания (оценочное средство - Дискуссионное обсуждение)

Оценка	Критерии оценивания
зачтено	Студенты демонстрируют знание теоретического материала, навыки научной дискуссии
не зачтено	Студенты не демонстрируют знание теоретического материала, навыки научной дискуссии

5.1.2 Типовые задания (оценочное средство - Опрос) для оценки сформированности компетенции ПКР-10:

Определение понятия «массовая коммуникация».

Специфика массовой коммуникации.

Психология массовой коммуникации в трудах Г. Лебона и Г. Тарда.

Социальный психоанализ в трудах З.Фрейда.

К.Г.Юнг и Э.Фромм: воплощение архетипов коллективного бессознательного в современных российских СМИ.

Феномен массового сознания в трудах С. Московичи.

Критерии оценивания (оценочное средство - Опрос)

Оценка	Критерии оценивания
зачтено	Студенты демонстрируют знания по предмету, отвечают на вопросы преподавателя
не зачтено	Студенты не демонстрируют знания по предмету, не отвечают на вопросы преподавателя

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	Продемонстрированы основные умения. Решены типовые задачи с негрубыми ошибками. Выполнены все задания, но не в полном объеме	Продемонстрированы все основные умения. Решены все основные задачи с негрубыми ошибками. Выполнены все задания в полном объеме, но некоторые с	Продемонстрированы все основные умения. Решены все основные задачи. Выполнены все задания в полном объеме, но некоторые с недочетами.	Продемонстрированы все основные умения. Решены все основные задачи с отдельными несущественными недочетами, выполнен	Продемонстрированы все основные умения. Решены все основные задачи. Выполнены все задания, в полном объеме без недочетов

				недочетами		ы все задания в полном объеме	
<u>Навыки</u>	Отсутствие базовых навыков. Невозможность оценить наличие навыков вследствие отказа обучающегося от ответа	При решении стандартных задач не продемонстрированы базовые навыки. Имели место грубые ошибки	Имеется минимальный набор навыков для решения стандартных задач с некоторым и недочетами	Продемонстрированы базовые навыки при решении стандартных задач с некоторым и недочетами	Продемонстрированы базовые навыки при решении стандартных задач без ошибок и недочетов	Продемонстрированы навыки при решении нестандартных задач без ошибок и недочетов	Продемонстрирован 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 ПКО-3

1. Определение понятия «массовая коммуникация».
1. Специфика массовой коммуникации.
1. Психология массовой коммуникации в трудах Г. Лебона и Г. Тарда.
1. Социальный психоанализ в трудах З.Фрейда
2. К.Г.Юнг и Э.Фромм: воплощение архетипов коллективного бессознательного в современных российских СМИ.

1. Феномен массового сознания в трудах С. Московичи.
1. Коммуникационный процесс в теории Г.Лассауэлла.
1. Модель двухступенчатой коммуникации (П.Лазерсфельд).
1. Сущность пропаганды как формы МК.
1. Функции и виды пропаганды.
1. История пропаганды в годы первой мировой войны.
1. Пропаганда в период второй мировой войны.
1. Информационное противоборство СССР и Германии в ходе Великой отечественной войны.
1. Особенности пропагандистских информационных технологий.
1. Приемы манипулирования общественным сознанием.
2. Фильм Б. Левинсона «Плутовство» как пример пародии на использование приемов манипулирования общественным мнением.
1. Составные элементы цепи массовой коммуникации.
1. Стереотипы массового сознания в трудах У.Липпмана.
1. Стереотипы общественного мнения и возможности их преодоления.
1. Советский опыт информационного противоборства в XX веке.
1. Определение понятия «информационно-психологическое противоборство».
1. Опыт ведения информационной войны в США.
1. Информационное противоборство СССР и США в период «холодной войны».
1. Кинематограф как инструмент в информационно-психологическом противостоянии.
1. Технологии современных информационных войн.
1. Имидж России в контексте глобального информационного противостояния
2. «Оранжевые революции» как технология информационно-психологического и геополитического противоборства.
1. Слухи как форма массовой коммуникации и технология информационной войны.
2. Формы слухов.
1. Роль СМИ в распространении слухов.
2. Информационно-психологическое обеспечение военной кампании в Ираке (2003-2012 гг.).
1. Информационная война вокруг Южной Осетии: выводы и анализ
2. Проблема формирования позитивного имиджа России в глобальном информационном пространстве.

5.3.2 Типовые задания (оценочное средство - Контрольные вопросы) для оценки сформированности компетенции ПКР-10

Определение понятия «массовая коммуникация».

Специфика массовой коммуникации.

Психология массовой коммуникации в трудах Г. Лебона и Г. Тарда.

Социальный психоанализ в трудах З.Фрейда.

К.Г.Юнг и Э.Фромм: воплощение архетипов коллективного бессознательного в современных российских СМИ.

Феномен массового сознания в трудах С. Московичи.

Коммуникационный процесс в теории Г.Лассауэлла.

Модель двухступенчатой коммуникации (П.Лазерсфельд).

Сущность пропаганды как формы МК.

Функции и виды пропаганды.

История пропаганды в годы первой мировой войны.

Пропаганда в период второй мировой войны.

Информационное противоборство СССР и Германии в ходе Великой отечественной войны.

Особенности пропагандистских информационных технологий.

Приемы манипулирования общественным сознанием.

Фильм Б. Левинсона «Плутовство» как пример пародии на использование приемов манипулирования общественным мнением.

Составные элементы цепи массовой коммуникации.

Стереотипы массового сознания в трудах У.Липпмана.

Стереотипы общественного мнения и возможности их преодоления.

Советский опыт информационного противоборства в XX веке.

Определение понятия «информационно-психологическое противоборство».

Опыт ведения информационной войны в США.

Информационное противоборство СССР и США в период «холодной войны».

Кинематограф как инструмент в информационно-психологическом противостоянии.

Технологии современных информационных войн.

Имидж России в контексте глобального информационного противостояния.

«Оранжевые революции» как технология информационно-психологического и геополитического противоборства.

Слухи как форма массовой коммуникации и технология информационной войны.

Формы слухов.

Роль СМИ в распространении слухов.

Информационно-психологическое обеспечение военной кампании в Ираке (2003-2012 гг.).

Информационная война вокруг Южной Осетии: выводы и анализ.

Проблема формирования позитивного имиджа России в глобальном информационном пространстве.

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»
отлично	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «отлично», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «отлично»
очень хорошо	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «очень хорошо», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «очень хорошо»
хорошо	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «хорошо», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «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», ни одна из компетенций не сформирована на уровне «плохо»
плохо	Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «плохо»

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

Основная литература:

1. Евгеньева Татьяна Васильевна. Психология массовой политической коммуникации : Учебник и практикум для вузов / Евгеньева Т. В., Селезнева А. В. - 2-е изд. - Москва : Юрайт, 2021. - 258 с. - (Высшее образование). - ISBN 978-5-534-08175-6. - Текст : электронный // ЭБС "Юрайт"., <https://e->

lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=762437&idb=0.

2. Гулевич Ольга Александровна. Психология массовой коммуникации: от газет до интернета : Учебник для вузов / Гулевич О. А. - Москва : Юрайт, 2020. - 264 с. - (Высшее образование). - ISBN 978-5-534-12406-4 : 649.00. - Текст : электронный // ЭБС "Юрайт"., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=568833&idb=0>.

Дополнительная литература:

1. Виноградова С. М. Психология массовой коммуникации / Виноградова С. М., Мельник Г. С. - Москва : Юрайт, 2022. - 443 с. - (Высшее образование). - URL: <https://urait.ru/bcode/488986> (дата обращения: 05.01.2022). - ISBN 978-5-534-13985-3 : 1339.00. - Текст : электронный // ЭБС "Юрайт"., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=786451&idb=0>.

2. Военно-политическая пропаганда и агитация в Вооружённых Силах Российской Федерации : учебное пособие для вузов / Смагин О. В., Лозинский А. Г., Жилияков В. Н., Тихомиров В. А. - Санкт-Петербург : БГТУ "Военмех" им. Д.Ф. Устинова, 2022. - 39 с. - Книга из коллекции БГТУ "Военмех" им. Д.Ф. Устинова - Военное дело., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=888318&idb=0>.

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

1. МООК «Принципы локализации рекламных текстов в России и странах Европы» ФОЭР Рег.№: 269Е.26.2020 ННГУ 2020 (адрес размещения: <https://moos.unn.ru/course/view.php?id=269>)
2. <http://mediaprofi.org/> информационно-аналитический журнал медиа отрасли России и ближнего зарубежья
3. телевидении и радиовещании
4. <http://www.mediascope.ru/> электронный научный журнал факультета журналистики МГУ им. М.В.Ломоносова
5. <http://www.tns-global.ru/> международная исследовательская группа
6. <http://www.fapmc.ru/rospechat/activities/reports/2016.html> официальный сайт Роспечати
7. <http://mediahubble.ru/> Онлайн-платформа для работников медиаиндустрии
8. www.propagandahistory.ru- История пропаганды.
9. Программный комплекс Windows 7 Pro, OpenOffice 4.1.0, Office 2003. Накладная №2660-1 от 28.08.14г.

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)

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

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 42.03.02 - Журналистика.

Автор(ы): Макарова Людмила Сергеевна, кандидат филологических наук, доцент.

Заведующий кафедрой: Савинова Ольга Николаевна, доктор политических наук.

Программа одобрена на заседании методической комиссии от 12.01.2024, протокол № 12.