МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Забайкальский государственный университет»
(ФГБОУ ВО «ЗабГУ»)

Историко-филологический факультет
Кафедра журналистики и связей с общественностью

УЧЕБНЫЕ МАТЕРИАЛЫ
для студентов заочной формы обучения
(с полным сроком обучения)

по дисциплине «Психология медиатекста»
наименование дисциплины (модуля)

для направления подготовки 42.04.02 «Журналистика»
МП «Медиаобразование»

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) – 4 зачетные единицы.
Форма промежуточного контроля в семестре – экзамен

Краткое содержание курса

Перечень изучаемых разделов, тем дисциплины (модуля).

Медиатекст как продукт творчества
Основы социально-психологического воздействия медиатекста
Медиатекст как источник культурологической информации
Психолингвистическая характеристика современного медиатекста

Семестр 4

Форма текущего контроля

1. **Подготовить небольшое по объему научное эссе-рецензию одной работы из списка (*по желанию*):**

Богуславская В. В. Моделирование текста: лингвосоциокультурная концепция. Анализ журналистских текстов / Москва: ЛКИ, 2013.

Дзялошинский, И. М. Современное медиапространство России: Учеб. пособие для студентов вузов. [Электронный ресурс]: учеб. пособие — Электрон. дан. М. : Аспект Пресс, 2015.

Пронина Е. Е. Психология журналистского творчества : учеб. пособие / Пронина Елена Евгеньевна. Москва : КДУ, 2006.

Вербицкая Ю.А. Творчество на грани невроза: стрессогенные аспекты профессиональной деятельности журналиста // Человек как субъект и как объект медиапсихологии. М., 2011. С. 392-437.

Фрейд З. Психология масс и анализ человеческого "Я" : кн / Фрейд Зигмунд; пер с нем. Санкт-Петербург: Азбука, 2011.

Чернова Г.Р. Психология общения: Учебное пособие. СПб.: Издательский дом «ПИТЕР», 2011.

2. **Контрольная работа. Тема: Эффективность медиатекста: факторы формирования интереса целевой аудитории**

Цель: *психо(социо)лингвистический анализ современного медиатекста (работы магистранта в определенных СМИ/ структурах по СО и рекламе)*

Задание: *подготовьте ответы на вопросы, согласно своей специализации (канал коммуникации - на выбор)*

1. Как привлечь целевую аудиторию СМИ (*печать, радио, ТВ, Интернет*). Стратегии и технологии эффективного медиатекста.
2. Формула успеха журналиста (*печать, радио, ТВ, Интернет*).
3. Игра как основной фактор интереса и технология медиатекста.
4. Стрессогенные аспекты профессиональной деятельности журналиста. Противоречия профессии. Зоны риска. Пути выхода. «Помоги себе сам».

3. **Выполните творческие задания:**

● Определите факторы интереса современной российской аудитории, сформулируйте ряд востребованных и актуальных тем, потребностей, желаний.

● Оцените эффективность в отечественных СМИ элементов востребованного сюжета, сформулированного в теории американской журналистики: любовь, героика (герой и антигерой), путаница, драматизм.

● Как вы понимаете высказывание Й. Хёйзинга: «Человеческая культура возникает и развертывается в игре, как игра». Какое отношение данное утверждение имеет к психологии медиатекста.

● Разработайте модель эффективного имиджа (образа) автора медиатекста.

● Ориентируясь на концепцию известного американского медиапедагога/исследователя А. Силвэрблэта (A. Silverblatt), осуществите анализ любого регионального интернет-портала, дайте ответы на следующие вопросы:

A. Функции медиатекстов.

1. Какова цель создания медиатекстов?

2. Хочет ли медиакоммуникатор, чтобы вы думали или вели себя специфическим образом в результате получения информации?

3. Содержит ли создание медиатекстов: a) скрытую функцию?; b) многократную функцию?; c) неопределенную функцию?; d) ложные функции?; e) функции конкуренции?

B. Сравнение медиа.

1. Каковы отличительные характеристики медиа?

2. В какой степени выбор медиа затрагивает: a) стратегию коммуникации? b) стиль коммуникации? c) содержание коммуникации?

C. Медиакоммуникатор.

1. Кто отвечает за создание медиатекстов?

2. Каковы демографические характеристики медиакоммуникаторов?

3. Как эти характеристики затрагивают содержание и перспективу производства медиатекстов?

D. Аудитория.

1. Для кого предназначен медиатекст?

2. Для одного или большего числа типов аудитории?

3. Какая аудитория может считаться целевой? a. с какими персонажами медиакоммуникатор хочет вас отождествить? b. какую идеологию эти персонажи выражают?

4. Какие ценности, опыт и перспективы принимаются аудиторией? Влияют ли эти общедоступные ценности, опыт, или перспективы на ее понимание или интерпретацию медиатекстов?

5. Как опыты и перспективы индивидуального члена аудитории затрагивают его/ее интерпретацию медиатекста?

6. Как выбор аудитории влияет на стратегию, стиль, и содержание медиатекстов?

7. Влияют ли стратегия, стиль, и содержание медиатекста на понимание их аудиторией?

Форма промежуточного контроля

Экзамен

Вопросы к экзамену:

Медиатекст как носитель ценностей. Основные черты медиатекста. Психолингвистика. Предмет и основные задачи.

Функционирование языкового сознания в процессах производства и восприятия речи. Этнокультурная специфика русского языкового сознания. Языковое сознание уникальной личности.

Медиатекст как источник культурологической информации. Характеристика подходов к рассмотрению понятий «нация» и «менталитет». Формы и средства репрезентации ментальных конструктов в медиатексте.

Маркёры русской культуры в медиатексте разных СМК.

Язык современных СМИ: проблема миромоделирования. Языковая и концептуальная картины мира

Медиатекст как продукт творчества. Основные вехи в истории исследования творчества. Творческое мышление.

Психология создания текстов. Творчество и креатив: общие черты и различия.

Влияние типа мышления автора на структурно-содержательные особенности материала. Субъективные качества творческой деятельности. Использование механизмов самовыражения и самоутверждения в медиатексте.

Характеристика творческой личности автора медиатекста.

Профессиональная самореализация. Характеристика творческой личности автора медиатекста.

Этнопсихологический контекст реализации творческого мышления в журналистике.

Понятие «технологии медиатекста». Методы воздействия в медиатексте: подражание, внушение, заражение, убеждение.

Теория о простых и вдохновляющих стимулах медиатекста. Классификация текста Р. Барта.

Лингвопсихологическая модель эффективного медиатекста. Психологические механизмы создания и восприятия медиатекста.

Анализ диалоговых стратегий в общении с аудиторией.

История изучения архетипов. Структурно-содержательные особенности архетипов.

Основные способы вербального обозначения архетипов. Преимущества использования архетипов в медиатексте. Алгоритм введения архетипа в медиатекст.

Когнитивные аспекты нарратива в медиатексте. Статус и функции медианарратива. Нарратив как объект анализа. Определение нарратива и его сущностные признаки. Структурная схема нарратива. Нарратив и нарратология. Блуждающая сюжетика СМИ.

Манипуляция: понятие, характеристика. Обзор манипулятивных техник воздействия в современном медиатексте.

Эффекты культивирования манипулятивных технологий в медиатексте.

Понятие, формы, структура и языки общения в пространстве медиатекста. Невербальные системы воздействия в медиатексте: оптико-кинетическая система, паралингвистическая система, экстралингвистическая система, визуальное общение, проксемика, конституциональное общение. Технология эйдосферы и логосферы.

Типология медиатекста с точки зрения психологии массовой коммуникации. Типология медиатекста: мифологический, убеждающий, прагматический, гедонистический, смысловыявляющий, сетевой. Проблема информационно-психологической безопасности. Саморегуляция и защита от психологического давления.

Методика и виды психологического анализа текста. Лингвокультурологический анализ как метод аксиологии журналистики.

Основная литература:

1. Алтунина И. Р. Социальная психология : учебник для вузов / И. Р. Алтунина ; под редакцией Р. С. Немова. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2022.

2. Андреева А. А. Психология рекламы : учебно-методическое пособие / А. А. Андреева. Тюмень : ТюмГУ, 2016. 52 с. Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/117861

3. Виноградова С.М., Мельник Г. С. Психология массовой коммуникации. М.: Изд-во Юрайт, 2022. 443 с.

4. Гулевич О. А. Социальная психология: учебник и практикум для вузов / О. А. Гулевич, И. Р. Сариева. 3-е изд., испр. и доп. Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 424 с.

5. Гулевич О. А. Психология массовой коммуникации: от газет до интернета : учебник для вузов / О. А. Гулевич. Москва : Издательство Юрайт, 2022. 264 с.

6. Евгеньева Т. В. Психология массовой политической коммуникации : учебник и практикум для вузов / Т. В. Евгеньева, А. В. Селезнева. 2-е изд., испр. и доп. М. : Издательство Юрайт, 2020.

7. Ерофеева И. В. Технологии медиатекста : учебное пособие / И. В. Ерофеева, О. В. Сафронова, В. А. Тихомиров ; под редакцией И. В. Ерофеевой. — Чита : ЗабГУ, 2019. — 159 с.

8. Ерофеева И.В. Психология медиатекста: учебник и практикум для вуза. Москва: Издательство Юрайт, 2021. 206 с. (Гриф УМО ВО) URL: https://urait.ru/book/psihologiya-mediateksta-448642

9. Распопова С. С. Журналистское творчество: теория и практика освоения : монография / С. С. Распопова. Москва : ФЛИНТА, 2020. 260 с. — ISBN 978-5-9765-4391-1. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система.

Дополнительная литература:

1. Богуславская В.В. Моделирование текста: лингвосоциокультурная концепция. Анализ журналистских текстов / Москва: ЛКИ, 2013.

2. Винтерхофф-Шпурк П. Медиапсихология. Основные принципы. / Пер. в нем. Х.: Изд-во Гуманитарный Центр, 2007(з) 2 экз.

3. Гольдман И. Л. Психология массовых коммуникаций : учебно-методическое пособие / И. Л. Гольдман. — Санкт-Петербург : СПбГУТ им. М.А. Бонч-Бруевича, 2013. — 68 с.

4. Данилова А.А. Манипулирование словом в средствах массовой информации. Москва: КДУ, 2011.

5. Добросклонская Т.Г. Язык средств массовой информации : учеб. пособие. Москва : КДУ, 2012.

6. Зимбардо Ф., Ляйппе М. Социальное влияние. СПб.: Издательский дом «ПИТЕР», 2011.

7. Кейт Негус. Майкл Пикеринг. Креативность. Коммуникация и культурные ценности. СПб.: Гуманитарный центр, 2011.

8. Коццолино Мауро. Невербальная коммуникация. Теории, функции, язык и знак. СПб., 2009

9. Лебон Г. Психология народов и масс / Лебон Густав. Москва: Академический проект, 2012.

10. Ленкова Т.А. Медиатекст в свете текстообразующих стратегий. М.: ЛИБРОКОМ, 2010.

11. Медиатекст: стратегии - функции - стиль: коллектив. монография / отв. ред. Л. И. Гришаева, А. Г. Пастухов, Т. В. Чернышова. Орел: [б. и.], 2010.

12. Нескрябина, О. Ф. Социально-психологический анализ медиасферы : учебное пособие / О. Ф. Нескрябина. — Красноярск : СФУ, 2019. — 164 с. — ISBN 978-5-7638-4073-5. — Текст :

электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/157610
13. Ольшанский Д. В.. Психология масс / Ольшанский Дмитрий Вадимович. Санкт-Петербург: Питер, 2002.
14. Попова Н. Н. Этнокультурные особенности креативности. Чита: ЗабГУ, 2013. 138 с.
15. Пронина Е. Е. Психология журналистского творчества: учеб. пособие / Пронина Елена Евгеньевна. Москва: КДУ, 2006.
16. Психология масс: хрестоматия / под ред. Д. Я. Райгородский. - Самара : БАХРАХ-М, 2010.
17. Психология невербального поведения. Теория и практика // Под ред. П. Экмана, Э. Розенберг. СПб.: Издательский дом «ПИТЕР», 2011
18. СМИ как фактор трансформации российской культуры / под ред. А.С. Запесоцкого. Санкт-Петербург: СПбГУП, 2010.
19. Соловьев В.Р. Манипуляции: Атакуй и защищайся. М.: Эксмо, 2011.
20. Столяренко Л. Д. Психология общения : учебник / Столяренко Людмила Дмитриевна, Самыгин Сергей Иванович. 2-е изд., стер. Ростов-на-Дону: Феникс, 2014.
21. Ульяновский А.В. Мифодизайн в рекламе: учеб. пособие СПб.: филологический факультет СПбГУ, 2011.
22. Ульяновский А.В. Современные рекламные технологии: учебное пособие / А.В. Ульяновский. СПб., 2011.
23. Фрейд З. Психология масс и анализ человеческого "Я" : кн / Фрейд Зигмунд ; пер с нем. - Санкт-Петербург : Азбука, 2011.
24. Фромм Э. Кризис психоанализа. М.: АСТ: АСТ МОСКВА, 2009. (з) 2 экз.
25. Чалдини Р. Психология влияния. Санкт-Петербург: Питер, 2013.
26. Экман П. Психология лжи. 4-е изд. СПб.: Издательский дом «ПИТЕР», 2010.
27. Юнг К. Г. Сознание и бессознательное / Юнг Карл Густав. Москва : Академический Проект, 2007.
28. Язык и дискурс средств массовой информации в XXI веке / под ред. М.Н. Володиной. Москва: Академический Проект, 2011.

Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы:

Научная электронная библиотека (НЭБ). URL: elibrary.ru

Электронная библиотека РУКОНТ. URL: http://rucont.ru/

Электронно-библиотечная система IPRbooks. URL: http://www.iprbookshop.ru/

Энциклопедический словарь. URL: http://www.dict.t-mm.ru/enc_sl/

Библиотека Российского фонда фундаментальных исследований. URL: http://www.rfbr.ru/rffi/ru/books

Санкт-Петербургский государственный университет. Методы и результаты исследования // URL: www.mediaspb.ru

Библиотека «ПСИ-ФАКТОРА». URL: http://psyfactor.org/lybr.htm. **Психология и общество.** Психология СМИ. Влияние СМИ. Исследование СМИ. Медиа-исследования, медиапсихология и медиа-влияние // http://psyfactor.org/lybr75.htm

Коновалов В.Н. Словарь по политологии // URL: http://www.politike.ru/dictionary/285/word/biheviorizm

Головин Словарь практического психолога. М., 1988. URL: http://www.modernlib.ru/books/golovin_s_yu/slovar_prakticheskogo_psihologa/read/

Неофрейдизм: философский энциклопедический словарь. 2010. URL.: http://www.psyoffice.ru/5-enc_philosophy-812.htm

Энциклопедия культурологии. URL: http://www.dic.academic.ru/dic.nsf/enc_culture/530/%D0%9C%D0%9E%D0%94%D0%90#sel=

Психология общения: энциклопедический словарь / под общ. ред. А. А. Бодалева. М. : Когито-Центр, 2011. URL: http:// www.vocabulary.ru/dictionary/1095/word/auditorija-smi-tipologi

Преподаватель _____д.ф.н. Ерофеева Ирина Викторовна

Заведующий кафедрой _____д.ф.н. Ерофеева Ирина Викторовна
подпись