

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 массовой коммуникации»  
наименование дисциплины (модуля)

для направления подготовки 42.03.02 «Журналистика»  
Профиль «Мультимедийная журналистика»

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) – 2 зачетные единицы.  
Форма промежуточного контроля в семестре – экзамен

## Краткое содержание курса

Перечень изучаемых разделов, тем дисциплины (модуля).

Основные психологические проблемы массовой коммуникации
Аналитическая психология К.Г. Юнга. Проблема эффективности использования архетипов в рекламе и PR-тексте
Гуманистическая психология и СМИ
Информационно-психологические войны: понятие, классификация, черты, специфика реализации

## Семестр 5

### Форма текущего контроля

### ПЕРЕЧЕНЬ ПРИМЕРНЫХ КОНТРОЛЬНЫХ ВОПРОСОВ И ЗАДАНИЙ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ:

#### Творческие/Исследовательские вопросы:

1. Формы манипулирования и суггестии в СМИ (на примере современного информационного пространства).
2. Проблема индентификации в системе отношений СМИ – аудитория (на примере российской действительности).
3. Доказать, что с научной точки зрения парадигма драйв-мышления исторически бесперспективна.
4. Психоанализ называют «богоборчеством» - борьбой с богом внутри человека. Как вы думаете, почему?
5. Приведите примеры использования архетипов в российском медиадискурсе (тип медиатекста на выбор).
6. Прокомментируйте высказывания: манипуляция – это самая изощренная форма диктатуры (Г. Фарбер), средство порабощения разума (П. Фрейре), хорошо организованный обман людей (Р. Гудин).
7. Рассуждая в духе З. Фрейда, приведите примеры модельного прецедента в журналистском творчестве, раскрыв феномен сублимации.
8. Теория «простых» и «вдохновляющих» стимулов (на примере текстов российского информационного пространства).

#### Схема: Психологический анализ медиатекста

*(варьируется в зависимости от жанра текста и канала коммуникации)*

1. Идейная канва текста. Цель, назначение.
2. Особенность замысла (*фактурность, позитивность, бесцельность, негатив и т.д.*). Вектор целеполагания текста: когнитивный – смысловой уровень текста – основные смыслы медиатекста. Соответствие содержания текста запросам целевой аудитории (конгруэнтность /когнитивный диссонанс).
3. Характеристика эйдосферы – системы образов (гештальт медиатекста).

4. Технология привлечения внимания аудитории. Технология воздействия на аудиторию: S→R. Методы: подражание, внушение, заражение, убеждение. Приемы воздействия. Отражение потребностей типичного представителя целевой аудитории. Факторы, повышающие степень воздействия.
5. Языковые технологии воздействия – логосфера текста. Характеристика стилистики текста (*стиль публицистический, выдержанный, ёрнический, глумливый и т.д.*).
6. Невербальный уровень, его релевантность (*адекватность интересам и потребностям аудитории СМИ*). Невербальные средства и их роль в контексте общего изображения, восприятия и воздействия.  
Визуальный уровень. Оптико-кинетическая система. Аудиовоздействие («звуковая подложка» текста). Проксемика.
7. При наличии: использование исконных моделей национального мировидения (концепты, архетипы и др.).
8. Психологическая функция текста. Возможные эффекты воздействия. Ожидания журналиста:
  - подход к фактуре (раскрытие сущности факта, сокрытие, искажение);
  - полезная информация (позитивное воздействие) – неконструктивная (бесполезная) – деструктивная (негативное воздействие);
  - резюме (моральный концепт), его наличие, присутствие-отсутствие и др.

#### **Схема. Анализ медиатекста: психология стресса Сенсорика медиатекста о войне**

Основная задача - передать ощущение стрессовой ситуации с помощью когнитивно-языкового потенциала текста.

1. Идеиная канва текста. Цель, назначение. Особенность замысла.
2. Система образов/ конструкторов. Образ войны /мира/ боли/ разочарования/ стресса/ власти и др.
3. Логосфера текста, языковые технологии/ лексика/ синтаксис воспроизведения реальности/ образов. Ассоциативно-семантическая сеть текста (ассоциативные связи в воссоздании образов). Лексико-фразеологическое поле воспроизведения образов.
4. Невербальные средства и их роль в контексте общего изображения, восприятия и воздействия.
5. Использование моделей национального мировидения: концепты, архетипы (если они присутствуют).
6. Общий психоэстетический фон (отрицательные коннотации, эмоции текста = эмоции автора).
7. Психологическая функция текста. Возможные эффекты воздействия.

#### **Обобщающая таблица «Метод/Стимул – Ситуация – Эффекты».**

Описание задания: необходимо собрать не менее 20 стимулов медиатекста и представить их в формате следующей парадигмы: стимул – описание задачи и ситуации использования – возможный эффект воздействия.

#### **Использование архетипа в медиатексте**

Описание задания: создать медиатекст (формат текста на выбор) с использованием архетипа, учитывая следующий алгоритм:

- 1) логическая цепочка работы с архетипом в медиатексте: тема – идея – эмоциональный фон (ассоциации) – факты, детали – стиль – архетипический ряд;
- 2) правила использования архетипа в тексте: принцип прозрачности текста; принцип соблюдения эстетического фона; полнота и адекватность введения архетипа.

## **ПЕРЕЧЕНЬ ТИПОВЫХ ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАДАНИЙ (ДЛЯ ОЦЕНКИ НАВЫКОВ И (ИЛИ) ОПЫТА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ):**

### **Теория управляемого хаоса.**

1. История появления. Содержание и смыслы данной теории. Актуальность концепции в современную эпоху.

2. Ответить на вопросы (важна ваша точка зрения, посмотрите материалы в Интернете):

- Роль либералов в информационной войне. Информационное оружие либеральной мифологии.
- Особое мнение русской интеллигенции (А. Макаревич, В. Ерофеев, Л. Улицкая и др.) в контексте информационно-психологической войны.

### **Задания:**

- Посмотреть фильмы, зафиксировать выводы в тетрадке *или* написать рецензию:

1) Арабская весна. Игры престолов. URL: [http://russia.tv/brand/show/brand\\_id/58388](http://russia.tv/brand/show/brand_id/58388)

2) М. Чирков «Бури в пустыне» (4 фильма – можно бегло просмотреть).

URL: <http://www.youtube.com/watch?v=QddqOBEOdZI>

## **Форма промежуточного контроля**

### **Экзамен**

#### **Вопросы к экзамену:**

Основные проблемы современных СМК.

Методы и технологии социально-психологического воздействия на аудиторию (методы: подражание, внушение, заражение, убеждение). Формирующий и манипулятивные способы воздействия. Манипуляция: сущность, черты и свойства.

Бихевиоризм как наука о поведении. Теория подкрепления и научения.

Возможности и проблемы использования технологии бихевиоризма в работе журналиста.

Теория когнитивизма. Ее значение в исследовании психологических процессов массовой коммуникации (личностный конструкт, эффект прайминга). Конгруэнтность. Гипотеза гомеостаза. Соответствие эмоционального и интеллектуального компонентов установки.

Гештальт-психология: проблема создания и восприятия медиатекста (атрибуты конструирования эйдосферы). Образы как продукт работы воображения, основные психологические операции, посредством которых создаются образы. Положения гештальт-психологии (здесь и теперь, расширение сознания, работа с противоположностями, амбивалентность чувства).

Проблема использования психоанализа З. Фрейда в отечественной журналистике. Структура личности. Теория драйв-мышления. Симптомы «гедонистического риска».

Характеристика защитных механизмов человеческой психики (механизмы психологической защиты аудитории). Проблема использования “классического фрейдизма” в отечественных СМИ.

Постфрейдизм и проблемы межличностной и массовой коммуникации: А. Адлер (индивидуальная психология), Карен Хорни (социальный фрейдизм), Э. Эриксон (ЭГО-психология), Э. Берн (транзакционный анализ), В. Франкл (экзистенциальная психотерапия).

Аналитическая психология. Психология К. Юнга. Теория архетипов: сущность и понятие, структура, разновидности, основные приемы создания, проблема эффективности использования в журналистике.

Гуманистический психоанализ: Э. Фромм (социально-психологические проблемы взаимоотношения человека и общества, концепция личности, теория деструктивных типов, теория стимулов).

Тематика насилия и страха в современных СМИ: психологические аспекты реализации.

Информационно-психологические войны: понятие, классификация, черты. Пространство воздействия: физическое, информационное, когнитивное. Этапы проведения ИПВ, характеристика модели ИПВ, причины и цели ИПВ. Роль журналистики в глобальной информационно-психологической войне. Информационное оружие: понятие, виды. Способы противостояния и формы защиты.

Социально-психологические проблемы современной отечественной журналистики.

### **Основная литература:**

1. Виноградова, Светлана Михайловна. Психология массовой коммуникации : учеб. для бакалавров / Виноградова Светлана Михайловна, Мельник Галина Сергеевна. - Москва : Юрайт, 2014. - 512 с. - (Бакалавр. Базовый курс). - ISBN 978-5-9916-3340-6 : 474-10.
2. Ерофеева, И.В. Психология медиатекста : учеб. пособие / И. В. Ерофеева. - 2-е изд., испр. и доп. – Москва: Юрайт, 2020.
  1. Гулевич, Ольга Александровна. Социальная психология : Учебник и практикум / Гулевич Ольга Александровна; Гулевич О.А., Сариева И.Р. - 2-е изд. - М. : Издательство Юрайт, 2017. - 452. - (Бакалавр. Академический курс). - ISBN 978-5-534-01366-5 : 168.71.
  2. Евгеньева, Татьяна Васильевна. Психология массовой политической коммуникации : Учебник и практикум / Евгеньева Татьяна Васильевна; Евгеньева Т.В., Селезнева А.В. - 2-е изд. - М. : Издательство Юрайт, 2017. - 300. - (Авторский учебник). - ISBN 978-5-534-04973-2 : 1000.00.
  3. Енина, Лидия Владимировна. Практика журналистского общения : Учебное пособие / Енина Лидия Владимировна; Енина Л.В., Зыков В.Ф. - М. : Издательство Юрайт, 2017. - 75. - (Университеты России). - ISBN 978-5-534-03679-4 : 18.84.

### **Дополнительная литература:**

1. Богуславская, Вера Васильевна. Моделирование текста: лингвосоциокультурная концепция. Анализ журналистских текстов / Богуславская Вера Васильевна. - 4-е изд. - Москва : ЛКИ, 2013. - 280 с. - ISBN 978-5-382-01443-2 : 351-67.

2. Пронина, Елена Евгеньевна. Психология журналистского творчества : учеб. пособие / Пронина Елена Евгеньевна. - Москва : КДУ, 2006. - 368 с. : ил. - ISBN 5-98227-115-2 : 229-10.
3. Столяренко, Л.Д. Психология общения : учеб. / Л. Д. Столяренко, С. И. Самыгин. - 2-е изд., стер. - Ростов-на-Дону : Феникс, 2014. - 317 с. - (Среднее профессиональное образование). - ISBN 978-5-222-22015-3 : 242-00.
4. Ерофеева, И.В. Психология массовой коммуникации: : учеб. пособие / И. В. Ерофеева. - Чита : ЗабГГПУ, 2005. - 39 с. - 25-00.
1. Алтунина, Инна Робертовна. Социальная психология : Учебник / Алтунина Инна Робертовна; Алтунина И.Р., Немов Р.С. - 2-е изд. - М. : Издательство Юрайт, 2017. - 427. - (Бакалавр. Академический курс). - ISBN 978-5-534-01317-7 : 128.58.
2. Дзялошинский, И. М. Современное медиапространство России: Учеб. пособие для студентов вузов / И. М. Дзялошинский; Дзялошинский И.М. - Москва : Аспект Пресс, 2015. - ISBN 978-5-7567-0774-8.

Преподаватель \_\_\_\_\_ д.ф.н. Ерофеева Ирина Викторовна

Заведующий кафедрой \_\_\_\_\_ д.ф.н. Ерофеева Ирина Викторовна