

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»

для направления подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»  
Профиль «Реклама и связи с общественностью в государственных и бизнес-  
структурах»

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) – 3 зачетных единиц.

Форма промежуточного контроля в 4 семестре – зачет

## Краткое содержание курса

### Перечень изучаемых разделов, тем дисциплины (модуля).

Психология массовой коммуникации как наука. Объект и предмет изучения ПМК. Задачи курса. Концептуальные проблемы данной дисциплины. Психологические основы ПР-деятельности.

История исследований медиавоздействия.

Социально-психологические теории (теория управляемого социального развития А. Грамши, П. Сорокина, М. Фуко, К. Манхейма).

В. М. Бехтерев: теория подражания и внушения. Внушение: понятие, классификация. История вопроса. Теория рационального внушения.

Психология массовых коммуникаций (Э. Дихтер, В. Пэккард, Луи Ческин и др.). «Сублиминальное кино» Джеймса Вайкери.

Психологические концепции и современные массмедиа. Бихевиоризм как наука о поведении. Значение когнитивной психологии в исследовании психологических процессов массовой коммуникации. Гештальт-психология: проблема создания и восприятия медиатекста.

Социально-психологические проблемы современных массмедиа.

## Семестр 8

Консультация и собеседование в сети ВКонтакте: <https://vk.com/id239320194>

Выполненные задания отправлять по адресам:

[irina-jour@yandex.ru](mailto:irina-jour@yandex.ru)

<https://vk.com/id239320194>

## Формы текущего контроля

### ТЕМА 1: ИСТОРИЯ ИССЛЕДОВАНИЙ МЕДИАВОЗДЕЙСТВИЯ

**Задание:** На основе указанного списка литературы подготовьте ответы на следующие вопросы, сделайте краткий план-конспект вопросов (формат WORD, Презентация).

1. Когда и почему возникла необходимость изучения проблемы медиавоздействия. Предыстория вопроса.
2. СМИ как «смертоносные пули» и «сильные наркотики»: «Теория пули», «Теория шприца». Основные идеи У. Липпмана и Г. Лассуэла.
3. Модель ограниченного воздействия. «А что люди делают с массмедиа?» (К. Ховленд, Э. Купер и М. Ягода и др.)
4. Модель умеренного воздействия. (Д. Брайант, С. Томпсон, Лазарсфельд, М. Мак-Лухан и др.). Спираль молчания Э. Ноэлл-Нойманн.
5. Модель сильного воздействия (теория «глобальной деревни» Маклюэна; теория использования и удовлетворения нужд И. Кац). Информационная повестка дня: важно не КАК, а о ЧЕМ думают.
6. Гипотеза культивации (Дж. Гербнер и учёные Пенсильванского университета).
7. В. М. Бехтерев о подражании и внушении. Возможность использования данных методов в массмедиа.
8. «Сублиминальное кино» Джеймса Вайкери. Факт или все-таки вымысел? Судьба технологии «25 кадра» на современном телевидении. Возможность и перспективы его использования в кинематографе.

9. Социально-психологические теории (теория управляемого социального развития А. Грамши, П. Сорокина, М. Фуко, К. Манхейма).
10. Теория управляемого хаоса (Р. Том, Дж. Шарп, С. Манн) и современный мир. Возможности использования «себе во благо». Содержание и смыслы данной теории. Роль либералов в "управляемом хаосе". Актуальность концепции в современную эпоху.

### **Форма итогового контроля**

#### **Вопросы к зачету**

1. Психология массовой коммуникации как наука. Объект и предмет изучения ПМК. Задачи курса. Концептуальные проблемы данной дисциплины. Психологические основы ПР-деятельности.
2. История исследований медиавоздействия. Когда и почему возникла необходимость изучения проблемы медиавоздействия. Предыстория вопроса.
3. СМИ как «смертоносные пули» и «сильные наркотики». «Теория пули». «Теория шприца». Основные идеи У. Липпмана и Г. Лассуэла.
4. Модель ограниченного воздействия. «А что люди делают с массмедиа?» (К. Ховленд, Э. Купер и М. Ягода и др.)
5. Модель умеренного воздействия. (Д. Брайант, С. Томпсон, Лазарсфельд, М. Мак-Лухан и др.).
6. Модель сильного воздействия (теория «глобальной деревни» Маклюэна; теория использования и удовлетворения нужд И. Кац). Информационная повестка дня: важно не КАК, а о ЧЕМ думают.
7. Спираль молчания Э. Ноэлл-Нойманн.
8. Гипотеза культивации (Дж. Гербнер и учёные Пенсильванского университета).
9. В. М. Бехтерев о подражании и внушении. Возможность использования данных методов в современной журналистике.
10. «Сублиминальное кино» Джеймса Вайкери. Факт или все-таки вымысел? Судьба технологии «25 кадра» на современном телевидении. Возможность и перспективы его использования в кинематографе.
11. Социально-психологические теории (теория управляемого социального развития А. Грамши, П. Сорокина, М. Фуко, К. Манхейма).
12. Психология массовых коммуникаций: Э. Дихтер, В. Пэккард, Луи Ческин и др. Технологии развития рекламы и связей с общественностью.
13. Теория управляемого хаоса (Р. Том, Дж. Шарп, С. Манн) и современный мир. Возможности использования «себе во благо». Содержание и смыслы данной теории. Роль либералов в "управляемом хаосе". Актуальность концепции в современную эпоху.
14. Бихевиоризм. Возможности и проблемы использования бихевиоризма в работе копирайтера и специалиста по связям с общественностью.
15. Значение теории когнитивизма в исследовании психологических процессов массовой коммуникации и творческой деятельности копирайтера и специалиста по связям с общественностью.
16. Гештальт-психология: теория, проблема создания и восприятия рекламного текста.

#### **Литература:**

1. Ерофеева И.В. Психология медиатекста: учебник и практикум для вуза. Москва: Издательство Юрайт, 2020. 206 с. (Гриф УМО ВО) URL: <https://urait.ru/book/psihologiya-mediateksta-448642>
2. Вьюгина Д.М. От аудитории к медиапотребителю: трансформация концепции аудитории в медиа исследованиях // Вопросы теории и практики журналистики. Т. 6, № 1. 2017. С. 119-127.
3. Винтерхофф-Шпурк П. Медиапсихология. Основные принципы. / Пер. в нем. Х.: Изд-во Гуманитарный Центр, 2007.
4. Мельник Г. С., Виноградова С.М. Психология массовой коммуникации. Изд-во Юрайт, 2014.
5. Психология журналистики: учебное пособие / Н.Л. Волковский, А.Н. Гришанина. СПб.: СПбГУ, 2010.
6. История научных исследований медиавоздействия. URL: <http://svoikrug.narod.ru/culture8.htm>
7. История исследований феномена медиавоздействия. URL: <http://www.williamspublishing.com/PDF/5-8459-0597-4/part.pdf>
8. Сундиев И. «Управляемый хаос». Социальные технологии в массовых беспорядках. – Свободная мысль. № 4. 2013.
9. Митрошенко О. А. Теория управляемого хаоса: использовать себе во благо // Власть. 2017. URL: <https://cyberleninka.ru/article/v/teoriya-upravlyаемого-haosa-ispolzovat-sebe-vo-bлаго>

## **Тема 2. Психологические концепции и массмедиа**

**Задание:** Работа осуществляется на площадке ZOOM в формате Проектной мастерской. Группа студентов делится на 3 подгруппы соответственно 3 предлагаемым темам:

1. Бихевиоризм. Возможности и проблемы использования бихевиоризма в работе копирайтера и специалиста по связям с общественностью.
2. Значение теории когнитивизма в исследовании психологических процессов массовой коммуникации и творческой деятельности копирайтера и специалиста по связям с общественностью.
3. Гештальт-психология: теория, проблема создания и восприятия медиатекста (*рекламного текста*).

### **ПРОЕКТНАЯ МАСТЕРСКАЯ**

Проектная мастерская ориентирована на выполнение комплекса теоретических (учебных) и прикладных (профессиональных) заданий, представляет собой разновидность совместной деятельности обучающихся и преподавателя с целью решения профессионально-ориентированных задач путем творческого представления результатов исследовательской работы студентов, а также игрового моделирования актуальных психотехнологий массмедиа.

#### **АЛГОРИТМ И ПРИНЦИПЫ ОРГАНИЗАЦИИ ПРОЕКТНОЙ МАСТЕРСКОЙ**

1. Представление группой проблемы с соблюдением требований медиапрезентации и с вовлечением в работу остальных студентов (*вопросы, провокации, тесты и др.*).
2. Анализ концепций с использованием иллюстративного материала: теория вопроса с проекцией в деятельность автора медиатекста.
3. Выполнение заданий (или проведение игры), позволяющих понять и запомнить материал.
4. Организовывает творческую мастерскую *ведущий*, из числа студентов, представляющих проект.

Творческая группа продумывает пространство и атрибуты учебно-деловой игры, слушателями оценивается креативный подход в выборе средств и приемов представления проекта.

### **ТРЕБОВАНИЯ К МЕДИАПРЕЗЕНТАЦИИ**

1. Представить проблему на уровне теоретического осмысления и в аспекте практической (профессиональной) реализации.
2. Структурно-содержательные требования к медиапрезентации:
  - четкая формулировка проблемы,
  - содержательность выступления,
  - логичность и целостность представления проблемы,
  - обязательное наличие иллюстративного материала и выводов,
  - обоснование использованных научных категорий/ понятий,
  - указание использованной литературы,
  - адекватное использование слайдов (читабельность, необходимый объем информации).
3. Методологические требования к медиапрезентации: в работе необходимо использовать различные методики изучения проблемы: работа с литературой (документами), опрос, анкетирование, контент-анализ, наблюдение, беседа, эксперимент, прогнозирование и др.
4. Организационные требования к медиапрезентации:
  - активное и яркое (творческое) представление проблемы,
  - коллективное представление проекта (группа – не менее 2 студентов),
  - четкое распределения ролей между участниками проекта,
  - время презентации: от 7 до 10 минут.

### **ФОРМА ПРОМЕЖУТОЧНОГО КОНТРОЛЯ**

#### **Зачет**

#### **Вопросы к зачету:**

Психологические основы ПР-деятельности. Объект и предмет изучения психологии массовой коммуникации. Задачи курса. Концептуальные проблемы данной дисциплины. Социально-психологические функции СМИ. Необходимость изучения психологии массовой коммуникации. Психологические функции ПР-деятельности. Необходимые психологические условия успешной ПР- деятельности.

История исследований медиавоздействия: теория пули, модель ограниченного воздействия, гипотеза культивации информации.

Социально-психологические теории (теория управляемого социального развития А. Грамши, П. Сорокина, М. Фуко, К. Манхейма).

В. М. Бехтерев: теория подражания и внушения. Внушение: понятие, классификация. История вопроса. Теория рационального внушения.

Психология массовых коммуникаций (Э. Дихтер, В. Пэккард, Луи Ческин и др.). «Сублиминальное кино» Джеймса Вайкери.

Роль психологических теорий в повышении эффективности медиатекста, в обеспечении оптимального взаимодействия СМИ и аудитории.

Бихевиоризм как наука о поведении. Теория подкрепления и научения. Возможности и проблемы использования технологии бихевиоризма в работе специалиста по СО и рекламе.

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).

Социально-психологические проблемы современных массмедиа.

### **Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины**

1. Ерофеева И. В. Психология медиатекста: учебник и практикум для вуза. Глава 3. *Инструментарий воздействия медиатекста*. Москва: Издательство Юрайт, 2020. 206 с. (Гриф УМО ВО) URL: <https://urait.ru/book/psihologiya-mediateksta-448642>
2. Виноградова С.М., Мельник Г. С. Психология массовой коммуникации. Изд-во Юрайт, 2015 . URL: <https://urait.ru/book/psihologiya-massovoy-kommunikacii-378202>
3. Романин А. Н. Основы психотерапии. Ростов-на Дону: «Феникс», 2004.
4. Психология журналистики: Учебное пособие / Н.Л. Волковский, А.Н. Гришанина. СПб.: СПбГУ, 2010.
5. Гулевич О. А. Социальная психология : учебник и практикум для академического бакалавриата / О. А. Гулевич, И. Р. Сариева. 2-е изд., испр. и доп. М. : Издательство Юрайт, 2017.
6. Дзялошинский, И. М. Современное медиапространство России: Учеб. пособие для студентов вузов. [Электронный ресурс]: учеб. пособие. Электрон. дан. М.: Аспект Пресс, 2015.
7. Вьюгина Д.М. От аудитории к медиапотребителю: трансформация концепции аудитории в медиа исследованиях // Вопросы теории и практики журналистики. Т. 6, № 1. 2017. С. 119-127.
8. Психология журналистики: учебное пособие / Н.Л. Волковский, А.Н. Гришанина. СПб.: СПбГУ, 2010.
9. История научных исследований медиавоздействия. URL: <http://svoikrug.narod.ru/culture8.htm>
10. История исследований феномена медиавоздействия. URL: <http://www.williamspublishing.com/PDF/5-8459-0597-4/part.pdf>
11. Сундиев И. «Управляемый хаос». Социальные технологии в массовых беспорядках. – Свободная мысль. № 4. 2013.
12. Митрошенко О. А. Теория управляемого хаоса: использовать себе во благо // Власть. 2017. URL: <https://cyberleninka.ru/article/v/teoriya-upravlyаемого-haosa-ispolzovat-sebe-vo-bлаго>

### **Дополнительная литература:**

1. Ерофеева И.В. «Дети, осторожно СМИ». Манипуляция сознанием школьника: пособие для учителя. Чита: Палитра, 2013.
2. Журналистика в мире технологий: матер. науч.-практ. семинара «Журналистика и мир. 2008» / ред.-сост. М. Н. Ким. СПб., 2009.

3. Алтунина И. Р. Социальная психология: учебник для академического бакалавриата / И. Р. Алтунина, Р. С. Немов ; под ред. Р. С. Немова. 2-е изд. М. : Издательство Юрайт, 2017.

4. Богомолова Н. Н. Социальная психология массовой коммуникации: учеб. пособие / Богомолова Нина Николаевна. Москва: Аспект Пресс, 2010.

5. Винтерхофф-Шпурк П. Медиapsихология. Основные принципы. / Пер. в нем. Х.: Изд-во Гуманитарный Центр, 2007

6. Психология масс: хрестоматия / под ред. Д. Я. Райгородский. - Самара : БАХРАХ-М, 2010.

7. Экман П. Психология лжи. 4-е изд. СПб.: Издательский дом «ПИТЕР», 2010. 2 экз.

8. Юнг К. Г. Сознание и бессознательное / Юнг Карл Густав. Москва : Академический Проект, 2007.

#### **Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы:**

Научная электронная библиотека (НЭБ). URL: [elibrary.ru](http://elibrary.ru)

Электронная библиотека ЮРАЙТ. URL: <https://www.biblio-online.ru/>

Электронно-библиотечная система «Лань». URL: <https://e.lanbook.com/>

Электронная библиотека РУКОИТ. URL: <http://rucont.ru/>

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

Энциклопедический словарь. URL: [http://www.dict.t-mm.ru/enc\\_sl/](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](http://www.mediaspb.ru)

Библиотека «ПСИ-ФАКТОРА». URL: <http://psyfactor.org/lybr.htm>. Психология и общество. Психология СМИ. Влияние СМИ. Исследование СМИ. Медиа-исследования, медиapsихология 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/](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](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=](http://www.dic.academic.ru/dic.nsf/enc_culture/530/%D0%9C%D0%9E%D0%94%D0%90#sel=)

Преподаватель

д.ф.н. Ерофеева Ирина Викторовна

Заведующий кафедрой

д.ф.н. Ерофеева Ирина Викторовна