

«ПСИХОЛОГИЯ МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ»

Б1.В.ОД.20

Дисциплина «Психология массовых коммуникаций» предназначена для студентов, обучающихся по направлению подготовки 42.03.02 «Журналистика», профиль «Спортивная журналистика», квалификации бакалавр, входит в вариативную часть обязательных дисциплин блока 1.

1. Цели и задачи освоения дисциплины

Цель освоения дисциплины «Психология массовых коммуникаций» - ознакомление студентов с процессами в массовом сознании, которые происходят под влиянием распространения информации по каналам массовых информационных потоков и которые определяют содержание и форму конечного эффекта их воздействия.

Основные задачи дисциплины:

1.1. Ознакомление студентов с понятиями коммуникация, общение, информация, общая и социальная психология, массовая информация, массовая и немассовая коммуникация, межличностное общение, виды массовой коммуникации, условия массовой коммуникации, особенности аудитории массовой коммуникации, барьеры массовой коммуникации, цепь массовой коммуникации, проблемы эффективности массовой коммуникации (эффект, эффективность, действенность).

1.2. Объяснение структуры и основных характеристик составных звеньев цепи массовой коммуникации:

- элементы цепи массовой коммуникации
- *источник* как носитель социального заказа, создатель и регулировщик («привратник») информационных потоков;
- *содержание* сообщения – условия и требования повышения эффективности массовой коммуникации;
- особенности отдельных *средств* массовой коммуникации, отражающиеся на эффективности массовых информационных потоков;
- информационная обстановка как фактор моделирования *содержания* и его психологического воздействия на аудиторию, ее ожидания и предрасположенность;
- *аудитория* как потребитель продуктов массовой коммуникации, ее социально-демографические составляющие, ожидания и предрасположенность, социально-психологические параметры аудитории, значение структуры личности. двуступенчатость потока информации, социальная группа, факторы группового давления, конформизм,.
- Возможные *эффекты* массовой коммуникации: усиление, закрепление, конверсия.

1.3. Ознакомление с кумулятивными процессами, происходящими в аудитории массовой коммуникации в свете общепсихологических и социально-психологических закономерностей. Решающая роль социально-психологических установок и процесса стереотипизации мышления.

Отношение как наиболее массовидный устойчивый продукт длительного воздействия массовой коммуникации (массовой информации).

2. Место учебной дисциплины в структуре ОП бакалавриата

Учебная дисциплина «Психология массовых коммуникаций» – дисциплина по выбору студента блока 1 «Дисциплины» ФГОС ВО по направлению 42.03.02 «Журналистика».

Она базируется на знаниях студентов, полученных в процессе изучения дисциплин: «Психология», «Основы теории журналистики» и «Система СМИ».

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

В данном разделе содержится описание перечня планируемых результатов обучения по дисциплине «Психология массовых коммуникаций», соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы по направлению подготовки 42.03.02 «Журналистика».

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование элементов следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки:

ОК-3 - способность использовать знания в области общегуманитарных социальных наук (социология, психология, культурология и других) в контексте своей социальной и профессиональной деятельности;

ОК-7 - способность работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия;

ПК-3 - способность анализировать, оценивать и редактировать медиатексты, приводить их в соответствие с нормами, стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями, принятыми в СМИ.

В результате освоения дисциплины «Психология массовых коммуникаций» обучающийся должен **знать:**

- общие положения теории коммуникации;
- разделы общей и социальной психологии, имеющие непосредственное отношение к функционированию средств массовой информации;
- закономерности функционирования цепи массовой коммуникации;
- особенности и формы влияния отдельных звеньев цепи массовой коммуникации на ее конечный результат;
- общие положения теории эффективности массовой коммуникации.

Общая трудоемкость дисциплины «Психология массовых коммуникаций» составляет 2 зачетные единицы, 72 часа.