

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова
Факультет политологии

«УТВЕРЖДАЮ»

Декан факультета политологии МГУ имени М.В. Ломоносова



_____ проф. А.Ю. Шутов

_____ 20__ г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Психология и социология массовой коммуникации

Уровень высшего образования:
Подготовка кадров высшей квалификации

Направление подготовки ООП:
41.06.01 Политические науки и регионоведение

Направленность (специальность):
19.00.12 Политическая психология

Москва 2019

Рабочая программа дисциплины (модуля) разработана в соответствии с самостоятельно установленным МГУ образовательным стандартом (ОС МГУ) для реализуемых основных профессиональных образовательных программ высшего образования по направлению подготовки 41.06.01 «Политические науки и регионоведение» (программа аспирантуры) в редакции приказа МГУ от 30.06. 2014 года № 552.

Год (годы) приема на обучение

2014/2015, 2015/2016, 2016/2017, 2017/2018, 2018/2019

Рабочая программа дисциплины (модуля)

1. Наименование дисциплины (модуля): Психология и социология массовой коммуникации.

Краткое описание

Изучения дисциплины «Психология и социология массовой коммуникации» направлена на овладение специальными знаниями, умениями и навыками в области технологий массовой политической коммуникации как компонентами формируемых в рамках подготовки у аспирантов профессиональных компетенций, необходимых для эффективного осуществления научно-исследовательской, коммуникативной, педагогической и экспертной деятельности.

2. Уровень высшего образования: Подготовка научно-педагогических кадров в аспирантуре.

3. Направление подготовки: 41.06.01 «Политические науки и регионоведение». 19.00.12 Политическая психология (политические науки)

4. Место дисциплины (модуля) в структуре ООП:

Вариативная часть ООП, дисциплина по выбору, второй год обучения, третий семестр

5. Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы (компетенциями выпускников)

Формируемые компетенции (код компетенции)	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)
способность к критическому анализу и оценке современных научных достижений, генерированию новых идей при решении исследовательских и практических задач, в том числе в междисциплинарных областях (УК-1)	<i>З1 (УК-1) Знать</i> содержание понятия «психология», «социология массовой коммуникации», их место в системе близких научных категорий <i>У1 (УК-1) Уметь</i> анализировать основные научные подходы в психологии и социологии массовой коммуникации <i>В1 (УК-1) Владеть</i> навыками критического анализа и оценки основных научных подходов в психологии и социологии массовой коммуникации

<p>способность самостоятельно осуществлять научно-исследовательскую деятельность в соответствующей профессиональной области с использованием современных методов исследования и информационно-коммуникационных технологий (ОПК-1)</p>	<p><i>З1 (ОПК-1) Знать</i> методы политической науки, позволяющие исследовать актуальные проблемы психологии и социологии массовой коммуникации <i>У1 (ОПК-1) Уметь</i> применять методы политической науки для исследования актуальных проблем психологии и социологии массовой коммуникации <i>В1 (ОПК-1) Владеть</i> навыками использования методов политической науки для исследования актуальных проблем психологии и социологии массовой коммуникации</p>
<p>готовность к преподавательской деятельности по основным образовательным программам высшего образования (ОПК-2)</p>	<p><i>З1 (ОПК-2) Знать</i> содержание учебной дисциплины «Психология и социология массовой коммуникации» <i>У1 (ОПК-2) Уметь</i> разрабатывать учебные программы и учебно-методическое обеспечение учебных курсов, направленных на изучение дисциплины «Психология и социология массовой коммуникации» <i>В1 (ОПК-2) Владеть</i> навыками чтения лекций и проведения интерактивных практических занятий по учебным курсам, направленным на изучение дисциплины «Психология и социология массовой коммуникации»</p>
<p>способность ставить и решать задачи исследовательского характера в целях системного развития фундаментального и прикладного политологического знания (ПК-1)</p>	<p><i>З1 (ПК-1) Знать</i> предметное поле и историю психологии массовой политической коммуникации; основы методологии исследования коммуникативных процессов, возможности и ограничения использования общих и специальных методов для анализа массовой политической коммуникации; структуру процесса современной массовой политической коммуникации; психологические особенности и закономерности восприятия информации в процессе массовой политической коммуникации; роль установок и стереотипов в восприятии сообщений в массовой политической коммуникации;</p>

возможности формирования установок и стереотипов средствами политической коммуникации;

соотношение механизмов убеждения и внушения в массовой политической коммуникации;

возможности и ограничения использования механизмов подражания и заражения в массовой политической коммуникации;

роль механизмов категоризации и социальной атрибуции в массовой политической коммуникации;

особенности вербальных и невербальных средств передачи информации в массовой политической коммуникации;

закономерности и уровни формирования массовых политических настроений;

возможности и ограничения управления массовыми политическими настроениями с помощью коммуникативных средств;

специфику инструментов управления массовым сознанием и поведением (слухов, рекламы, моды);

психологические особенности взаимодействия между источником и получателем в массовой коммуникации;

основные подходы к психологическому измерению эффективности массовой коммуникации.

31 (ПК-1) Уметь: анализировать научные и публицистические произведения социально-психологического и политологического характера, выделять ключевые характеристики представленных в них коммуникативных процессов (историко-политический контекст, субъекты и каналы коммуникации, содержание сообщений), выявлять основные идеи и теоретические подходы, сформулированные в них;

В (ПК-1) Владеть: навыками анализа современных массовых коммуникативных процессов, выявления их психологических

	закономерностей на уровне источников информации, отдельных сообщений, каналов коммуникации; проектирования массовых коммуникативных процессов целиком или их отдельных элементов (составление сообщения с разными целями воздействия на получателей, разработка ряды невербальных знаков для сообщений, передаваемых разными каналами коммуникации и т.п.).
--	---

6. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических или астрономических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся:

Объем дисциплины (модуля) составляет 2 зачетных единиц, всего 72 часов, из которых 36 часов составляет контактная работа аспиранта с преподавателем 8 часов занятия лекционного типа, 8 часов занятия семинарского типа (семинары, научно-практические занятия, лабораторные работы и т.п.), 8 часов групповые консультации, 8 часов индивидуальные консультации, 2 часов мероприятия текущего контроля успеваемости, 2 мероприятия промежуточной аттестации, 36 часов составляет самостоятельная работа аспиранта.

7. Входные требования для освоения дисциплины (модуля), предварительные условия.

Для освоения дисциплины аспиранты должны иметь высшее образование по направлению «Политология» (уровня бакалавриата и магистратуры) и обладать следующими компетенциями:

- знать основные научные школы в политической науке;
- владеть иностранным языком в устной и письменной форме для осуществления коммуникации в учебной, научной, профессиональной и социально-культурной сферах общения, а также владеть терминологией специальности на иностранном языке;
- владение навыками использования программных средств и работы в компьютерных сетях, использования ресурсов Интернет; владение основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации;
- владеть навыками профессионального составления, оформления и редактирования научно-технической документации, научных отчетов, обзоров, докладов и статей, проектов научно-исследовательских разработок;
- владеть анализу политических и политологических текстов, владение приемами их интерпретации и критики.

8. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам):

Наименование и краткое содержание разделов и тем дисциплины (модуля), форма промежуточной аттестации по дисциплине (модулю)	Всего (часы)	В том числе								
		Контактная работа (работа во взаимодействии с преподавателем), часы					Самостоятельная работа обучающегося, часы			
		из них					из них			
Занятия лекционного	Занятия семинарского	Групповые консультации	Индивидуальные консультации	Учебные занятия, направленные на проведение текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации	Всего	Выполнение домашних заданий	Подготовка рефератов и т.п.	Всего		
Тема 1. Психологические закономерности процесса восприятия в массовой коммуникации. Образ мира аудитории и возможности его формирования и трансформации в процессе массовой коммуникации. Роль механизмов категоризации и атрибуции в формировании образа мира и моделей поведения аудитории массовой коммуникации. Установка как состояние внутренней готовности	18	2	2	2	2	8	4	5	9	

<p>субъекта реагировать определенным образом на объекты действительности или на информацию о них. Механизм стереотипизации как основа формирования стереотипа. Массовая коммуникация как источник формирования стереотипов.</p>										
<p>Тема 2. Психологические механизмы влияния на сознание и поведение аудитории в массовой коммуникации. Механизм убеждения. Его возможности и ограничения в массовой коммуникации. Логические аргументы и специфика их восприятия. Механизм внушения. Особенности внушения в массовой коммуникации. Символы как основа внушения. Возможности и ограничения использования механизмов заражения и подражания в условиях</p>	18	2	2	2	2	2	10	4	5	9

массовой (опосредованной) коммуникации.										
Тема 3. Психология процесса передачи информации в массовой коммуникации. Знаки и их значение в массовой коммуникации. Язык как система знаков. Вербальные и невербальные знаки. Соотношение между значением и смыслом. Коммуникативные барьеры. Пропаганда и пропагандистские мифы. Роль метафоры в массовой коммуникации. Виды метафор. Возможности психолингвистического анализа сообщений. Понятие невербальной коммуникации. Виды и возможности невербального воздействия.	18	2	2	2	2		8	4	5	9
Тема 4. Масса как объект воздействия в массовой коммуникации. Социально-психологическая теория массы и массовая	18	2	2	2	2	2	10	4	5	9

коммуникация. Массовые настроения. Закономерности и уровни формирования массовых настроений. Канализирование массовых настроений. Психология восприятия источника получателем. "Белая", "серая" и "черная" формы восприятия субъекта массовой коммуникации. Эффективность массовой коммуникации. Соотношение понятий "эффект" и "эффективность". Эффекты массовой коммуникации и возможности их измерения. "Эффект бумеранга" в массовой коммуникации.										
Промежуточная аттестация: Зачет	XXX	X					XX			
Итого	72	8	8	8	8	4	36	16	20	36

9. Образовательные технологии:

В основе методики преподавания дисциплины лежит сочетание традиционных технологий организации учебной и самостоятельной работы (лекции, семинарские и практические занятия) с активными методами организации аудиторной работы и разнообразными средствами контроля его учебной деятельности (выполнение аналитических практических заданий, написание творческих работ).

Реализация компетентного подхода, направленная на формирование профессиональных компетенций в коммуникативной и научно-исследовательской деятельности, предусматривает широкое использование в учебном процессе практических занятий, активных и интерактивных форм работы. Помимо практических занятий, элементы активных видов работы включаются в лекционные занятия (дискуссии, презентации).

Лекции. Помимо традиционной учебной лекции, большое место в педагогической практике занимают нетрадиционные лекции (проблемные лекции, лекции с элементами дискуссии, лекции-визуализации). Чтение лекций сопровождается электронной презентацией, содержащей основные понятия и определения, ссылки на источники, таблицы и схемы, а также иллюстративный материал.

Семинары. Проводятся в интерактивной форме с обсуждением материалов по текущей теме, составлением инструментария для проведения исследований.

10. Учебно-методические материалы для самостоятельной работы по дисциплине (модулю):

Аспирантам предоставляется программа курса, план занятий и задания для самостоятельной работы, презентации к лекционным занятиям.

11. Ресурсное обеспечение:

Основная литература

Евгеньева, Т. В., Селезнева А.В. Психология массовой политической коммуникации — М. : Издательство Юрайт, 2017.

Евгеньева Т.В. Социология массовой политической коммуникации // Политическая социология. Под ред. Евгеньевой Т.В. М.Ж Издательство Юрайт, 2018.

Соловьев А.И. (ред.) Политические коммуникации. М., 2004.

Учебники и учебные пособия:

Андреева Г. М. Психология социального познания. М., 2000.

Андреева Г.М. Социальная психология: Учебник для высших учебных заведений. М.: Аспект Пресс, 2007.

Асмолов А.Г. По ту сторону сознания. М., 2002.

Бакулев Г.П. Массовая коммуникация: западные теории и концепции. М., 2010.

Богомолова Н.Н. Социальная психология массовой коммуникации. М., 2010.

Богомолова Н.Н. Эффективность массовой коммуникации: смена подходов // Социальная психология в современном мире / Под ред. Г.М. Андреевой, А.И. Донцова. М.: Аспект Пресс, 2002.

Вердербер Р., Вердербер К. Психология общения. М., 2003.

Грачев Г.В., Мельник И.К. Манипулирование личностью: организация, способы и технологии информационно-психологического воздействия. М., 1999.

Гринберг Т.Э. Политические технологии: ПР и реклама. М., 2006.

Евгеньева Т.В. Технологии социальных манипуляций и методы противодействия им. Конспект лекций. Рабочая тетрадь. М., 2007.

Евгеньева Т.В., Селезнева А.В. Психология массовой политической коммуникации. М., Изд. Московского университета. 2017.

Евгеньева Т.В. (ред.). Политическая социология. М., РОССПЭН, 2013

Егорова Гантман Е.Л., Плешаков К.В. Политическая реклама, М. 2002.

Лабунская В.А. Невербальное поведение (социально-перцептивный подход). Ростов: Изд-во Ростов, ун-та, 1986.

Леонтьев А.А. Психология общения. М., 1999.

Лисовский С.Ф. Политическая реклама. М.: ИВЦ «Маркетинг», 2000.

Майерс Д. Социальная психология. 7-е изд. СПб.: Питер, 2007.

Матвеева Л.В., Аникеева Т.Я., Мочалова Ю.В. Психология телевизионной коммуникации. М., 2004.

Назаретян А.П. Агрессивная толпа, массовая паника, слухи. Лекции по социальной и политической психологии. М. 2003.

Ольшанский Д.В. Основы политической психологии. М., 2001.

Ольшанский Д.В. Психология масс. М., 2002.

Перспективы социальной психологии. Пер. с англ. М., 2001.

Почепцов Г.Г. Теория коммуникации. М., 2001.

Соловьев А.И. (ред.) Политические коммуникации. М., 2004.

Социальная психология в современном мире / под ред. Г.М. Андреевой и А.И. Донцова. М., 2002.

Харрис Р. Психология массовых коммуникаций. СПб., 2003.

Шерковин Ю.А. Психологические проблемы массовых информационных процессов. М.: Издательство «Мысль», 1973.

Источники:

Allport G. The Nature of Prejudices. Cambridge, Mass.: Addison-Wesley. 1954.

Адорно Т.В. Исследование авторитарной личности. М.: Серебряные нити, 2001.

Андерсон Б. Воображаемые сообщества. Размышления об истоках и распространении национализма. М.: Канон-Пресс-Ц, 2001.

Бергер П., Лукман Т. Социальное конструирование реальности. Трактат по социологии знания. М., 1995.

Биркенбил В. Язык интонации, мимики, жестов. М., 1997.

Бодрийяр Ж. Символический обмен и смерть. М.: Добросвет. 2000.

- Бодрийяр Ж. Система вещей. М.: Рудомино. 1999.
- Бурдые П. О телевидении и журналистике. М., 2002.
- Ван Дейк Т. А. Язык. Познание. Коммуникация. Пер. с англ. / Сост. В.В.Петрова; Под ред. В.И.Герасимова; Вступ. ст. Ю.Н.Караулова и В.В.Петрова. М.: Прогресс, 1989.
- Келли А. Дж. Теория личности. СПб.: Речь, 2000.
- Лазарсфельд П., Мертон Р. Массовая коммуникация, массовые вкусы и организованное социальное действие // Назаров М.М. Массовая коммуникация в современном мире. Хрестоматия. М., 2002.
- Лакофф Д., Джонсон Ф. Метафоры, которыми мы живем. М., 2004.
- Лассвелл Г. Структура и функции коммуникации в обществе / Назаров М.М. Массовая коммуникация в современном мире. Хрестоматия. М., 2002.
- Лебон Г. Психология народов и масс. СПб.: Макет, 1995.
- Леонтьев А.А. Прикладная психолингвистика речевого общения и массовой коммуникации. М.: Смысл, 2008.
- Леонтьев А.Н. Деятельность. Сознание. Личность. М., 1977.
- Леонтьев А.Н. Образ мира // Избранные психологические произведения. М.: Педагогика, 1983. С. 251-261.
- Липпман У. Общественное мнение. М., 2004.
- Лосев А.Ф. Символ // Философская энциклопедия. М., 1965, Т.5.
- Маклюэн М. Понимание Медиа: Внешние расширения человека, М.: Жуковский: «КАНОН-пресс-Ц», «Кучково поле», 2003.
- Манфред А. Великая французская революция. М., 1983.
- Маркс К. Восемнадцатое брюмера Луи Бонапарта. М., 1983.
- Маслоу А. Мотивация и личность. СПб., 1999.
- Московичи С. Машина, творящая богов. М., 1998.
- Ноэль-Нойман Э. Общественное мнение. Открытие спирали молчания. М., 1996.
- Олпорт Г. Становление личности. М., 2002.
- Райх В. Психология масс и фашизм. СПб., 1997.
- Узнадзе Д. Теория установки. М., 1997.
- Фестингер Л. Теория когнитивного диссонанса. СПб.: Ювента, 1999.
- Фрейд З. Психология масс и анализ человеческого «Я». М.: Академический проспект, 2011.
- Фромм Э. Анатомия человеческой деструктивности. Пер. с нем. М.: АСТ, 2006.
- Хобсбаум Э. Изобретение традиций. Введение // Вестник Евразии, 2000, № 1 (8).

- Хобсбаум Э. Нации и национализм после 1780 г. СПб., 1998.
- Цаллер Дж. Происхождение и природа общественно-го мнения. М. 2004.
- Шерковин Ю.А. Возможные сопутствующие эффекты массовых информационных процессов и их социально-психологическая значимость // Прикладные проблемы социальной психологии. М., 1983.
- Шерковин Ю.А. Убеждение и внушение в массовых информационных процессах // Политическая психология: Хрестоматия / Сост. Е.Б. Шестопап. М.: Аспект Пресс, 2007.
- Элиаде М. Аспекты мифа. М., 2005.
- Эриксон Э. Идентичность: юность и кризис. Пер. с англ. М.: Флинта, 2006.
- Юнг К.Г. Архетип и символ. М., 1991.
- Юнг К.Г. Человек и символы. М., 1998.

Дополнительная литература:

- Allport H. Social Attitudes and Social Consciousness. In: Hollander, Edwin P., and Raymond G. Hunt (eds.) Classic Contribution to Social Psychology. New York: Oxford University Press/London: Toronto, 1972.
- Argyle M., Kendon A. The experimental analysis of social performance // Advances in experimental social psychology / Ed. L. Berkowitz. L., 1967.
- Birdwhistell R.L. Introduction to kinesics. Univ. of Louisville Press, 1952.
- Chaiken S., Maheswaran D. Heuristic processing can bias systematic processing: Effects of source credibility, argument ambiguity, and task importance on attitude judgment. Journal of Personality and Social Psychology, 1994, № 66.
- Chaiken S., Wood W., Eagly A. H. Principles of persuasion. In E.T. Higgins and A. Kruglanski (Eds.), Social psychology: Handbook of basic mechanisms and processes. New York: Guilford Press. 1996.
- Edelman M. The Symbolic Uses of Politics. Urbana: University of Illinois Press, 1964.
- Fiske J. Television Culture. London: Methuen & Co. Ltd. 1987.
- Fiske J. Understanding popular culture. London, 1989.
- Gamson, W.A., Modigliani A. Media Discourse and Public Opinion on Nuclear Power: A Constructionist Approach // American Journal of Sociology, 1989. № 1.
- Gergen K.J. Realities and relationships: soundings in social construction. Cambridge (Mass.); L., 1994.
- Hall E. The silent language. N.Y., 1966.

- Harre R. An outline of the social constructionist viewpoint // The social construction of emotions. Oxford, 1986.
- Harre R. Some reflections on the concept of "social representation" // Social research, 1984, Vol. 51, № 4.
- Herzog H. What do we really know about daytime serial listeners? In P.F. Lazarsfeld (ed.), Radio Research. London: Sage. 1944.
- Hovland C. Effects of the mass media of communication. In Handbook of Social Psychology / ed. G. Lindzey Cambridge, Mass.: Addison-Wesley, 1954. Vol. 2.
- Keen S. Faces of the Enemy: Reflections of the Hostile Imagination. New York., 1988.
- Klapper J. T. The effects of mass communication. New York: Free Press. 1960.
- Lazarsfeld P. E., Field H. The people look at radio, Chapel Hill, 1946.
- Lazarsfeld P. E., Kendall P. Radio listening in America, N. Y., 1948.
- McLuhan M. At the Moment of Sputnik... Journal of Communication. Winter, 1974.
- Petty R., Cacioppo J. Communication and persuasion: Central and peripheral routes to attitude change. New York: Springer-Verlag. 1986.
- Redfield R. The Little Community. Viewpoints for the Study of a Human Whole. Uppsala and Stockholm: Almqvist and Wiksells, 1995.
- Reeves R. Reality in Advertising. New York: Alfred A. Knopf., 1961.
- Schramm W. The Nature of Communication Between Humans// The Process and Effects of Mass Communication. Urbana: University of Illinois Press, 1971. P. 17.
- Stephenson W. The Play Theory of Mass Communication. Chicago and London: The University of Chicago Press, 1967.
- Авермат Э. ван. Социальное влияние в малых группах//Перспективы социальной психологии. М., 2001.
- Арутюнова Н.Д. Метафора // Лингвистический энциклопедический словарь. М., 1990.
- Ахиезер А.С. Россия: критика исторического опыта. Т.3. М., 1991.
- Баранов А.Н., Казакевич Е.Г. Советский политический язык (от ритуала к метафоре). М., 1991. С 148.
- Баранов А.Н., Караулов Ю.Н. Словарь русских политических метафор. М., 1994.
- Бехтерев В.М. Внушение и его роль в общественной жизни. М.: Наука, 1967.
- Блумер Г. Общество как символическая интеракция // Современная зарубежная социальная психология / Под ред. Г.М. Андреевой, Н.Н. Богомоловой, Л.А. Петровской. М.: Изд-во МГУ, 1984.
- Бредемайер К. Черная риторика: Власть и магия слова. Пер. с нем. М., 2006.
- Войтоловский Л.Н. Очерки коллективной психологии в двух частях. М., Л., 1925.
- Выготский Л.С. Психология искусства. М. 1995.
- Галисиан М.-Л. Product Placement в средствах массовой информации. М.: ЭтСетераПублишинг, 2004.

- Герген К. Движение социального конструкционизма в современной психологии // Социальная психология: саморефлексия маргинальности. Хрестоматия. М., 1995.
- Гоффман Э. Представление себя другим в повседневной жизни. М.: КАНОН-ПРЕСС, 2000.
- Грушин Б.А. Массовое сознание: опыт определения и проблемы исследования. М., 1987.
- Даль В.И. Толковый словарь русского языка. М.: АСТ Астрель, 2009.
- Дарвин Ч. Выражение эмоций у животных и человека // Соч. М., 1953. Т. 5.
- Дмитриев А.В., Латынов В.В., Хлопьев А.Т. Неформальная политическая коммуникация. М., 1997.
- Донцов А.И., Стефаненко Т.Г. Социальные стереотипы: вчера, сегодня, завтра / Социальная психология в современном обществе. М.: Аспект Пресс, 2002.
- Емельянова Т.П. Конструирование социальных представлений в условиях трансформации российского общества. М., 2006.
- Зазыкина Е.В. Политический PR: символы. М.: ООО «ЮрИнфоР-пресс», 2003.
- Зверев А. Л. Государственный символизм в образе современной России. / Образы государств, наций и лидеров / Под ред. Е. Шестопа. М., 2008.
- Иваницкий В.Л. Методология анализа эффективности СМИ // Исследования СМИ: методология, подходы, методы: учебно-методическое пособие. Материалы лекций для аспирантов факультета журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова. – М. : Изд-во Моск. ун-та; Факультет журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова, 2011.
- Фидлер К. Переработка социальной информации для суждений и решений//Перспективы социальной психологии. М., 2001.
- Ключевский В.О. Сочинения. Т.3. М., 1988.
- Колесниченко А.В. Зарубежные исследования аудитории прессы. М., 2009.
- Коноваленко А.В. Психология политической рекламы. М., 2005.
- Коул М. Культурно-историческая психология. М., 1997.
- Куницына В.Н., Казаринова Н.В., Погольша В.М. Межличностное общение. СПб., 2001.
- Лебедев-Любимов А.Н. Психология рекламы. М., 2007.
- Леонтьев А.А. Психолингвистика текста в СМИ // Скрытое эмоциональное содержание текстов СМИ и методы его объективной диагностики. М., Смысл, 2004.
- Лисовский С.Ф. Политическая реклама. М., 2002.
- Лисовский С.Ф., Евстафьев В.А. Избирательные технологии: история, теория, практика. М., 2000.
- Лурье С. Метаморфозы традиционного сознания. С-Пб., 1994.
- Люшер М. Цветовой тест Люшера. М.: Эксмо.2005.

- Макаревич А.В. Все очень просто... М., 1994.
- Малинова О.Ю. Концепт идеологии и исследования нормативно-символического пространства политики // Политическая психология: Хрестоматия / Сост. Е.Б. Шестопап. М.: Аспект Пресс, 2011.
- Маркузе Г. Одномерный человек. М., 1995.
- Медведева С.М. Проблема политического стереотипа в зарубежной политической психологии. М.: Издательство «МГИМО-Университет». 2005.
- Миккин Х.Х. Невербальные коммуникации в диадах по материалам экспериментальных исследований за рубежом / Х.Х. Миккин // Труды по психологии. 1974. Вып. 335. № 3.
- Мисюров Д.А. Политика и символы. М.: РИП-холдинг, 1999.
- Мокшанцев Р.И. Психология рекламы: Учебное пособие / Науч. ред. М.В. Удальцова. М.: ИНФРА-М; Новосибирск: Сибирское соглашение. Серия «Высшее образование». 2003.
- Монтегацца П. Физиогномия и выражение чувств. Киев, 1886.
- Морозова И. Слагая слоганы. 2-е изд., испр. М.: РИП-холдинг, 2001.
- Назаретян А.П. Психология массового стихийного поведения. М., 2001.
- Назаретян А.П. Социальные стереотипы в информационно-смысловой системе личности / Материалы всесоюзного симпозиума «Актуальные проблемы социальной психологии». Часть 1. Кострома, 1986.
- Нелюбова М.В. Психология цвета. Курс лекций. М., 2001.
- Нечаев В. Региональный миф в политической культуре современной России. М., 1999.
- Образы российской власти: От Ельцина до Путина / Под ред. Е.Б. Шестопап. М.: Российская политическая энциклопедия (РОССПЭН), 2009.
- Ортега-и-Гассет Х. Восстание масс // Вопросы философии. 1989. № 3.
- Павлова Е.Д. Средства массовой информации – инструмент скрытого воздействия на сознание: социально-философский анализ. М.: Наука, 2007.
- Парыгин Б. Д. Социальная психология как наука. М.: Наука, 1969.
- Пиз А., Пиз Б. Язык телодвижений. М.: Эксмо, 2007.
- Поршнева Б. Ф. Социальная психология и история. М.: Наука, 1979.
- Соловьев А.И. Политология: Политическая теория, политические технологии. М.: Аспект Пресс, 2003.
- Терин В.П. Массовая коммуникация. Исследование опыта Запада. М., 2000.

Харитонов Е.В. Нейролингвистическое программирование как метод анализа и проектирования латентного содержания текстов. Скрытое эмоциональное содержание текстов СМИ и методы его объективной диагностики. М., Смысл, 2004.

Чудинов А.П. Россия в метафорическом дискурсе: когнитивное исследование политической метафоры (1999-2001). Екатеринбург, 2001.

Шерковин Ю.А. Массовая коммуникация // Философский энциклопедический словарь. М., 1983.

Шестопад Е.Б. Психологический профиль российской политики 1990-х. Теоретические и прикладные проблемы политической психологии. – М.: Российская политическая энциклопедия» (РОССПЭН), 2000.

Шибутани Т. Социальная психология. М., 1999.

Штальберг Д., Фрей Д. Установка: структура, измерение и функции. Перспективы социальной психологии. М., 2001.

Экман П. Психология эмоций / пер. с англ. В. Кузин. — СПб.: Питер, 2010.

Элиас Н. Общество индивидов. М., 2001.

Периодические издания:

Ахиезер А. Культурные основы этнических конфликтов // Общественные науки и современность. 1994. №4.

Гринин Л. Е. Феномен информационного общества: «люди известности»// Философия и общество. М., 2004. № 2 (35).

Евгеньева Т.В., Титов В.В. Формирование национально-государственной идентичности российской молодежи// Полис. М., 2010. № 4.

Любарский Г. Размышления о системах, состоящих из неосведомленных граждан// Социальная реальность. 2006. № 5.

Столин В.В., Наминач А.П. Психологическое строение образа мира и проблема нового мышления // Вопросы психологии, 1988. №4.

Фоломеева Т.В. Метод фокус-групп в исследовании московской радиоаудитории «Би-Би-Си» / Вестник Московского Университета Сер. 14, Психология, 1994. № 3.

Чудинов А.П. Российская политическая метафора в XXI веке // Политическая лингвистика. Выпуск 1. Екатеринбург, 2008.

Ядов В.А. Социальные и социально-психологические механизмы формирования социальной идентичности личности // Мир России, 1995, № 3-4.

Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

Журнал «Политнаука» <http://www.politnauka.org/>
Журнал «Политические исследования» <http://www.polis.ru>
Журнал «Политическая экспертиза» <http://www.politex.info>
Электронная гуманитарная библиотека <http://www.gumfak.ru/>

Российская государственная библиотека <http://www.rsl.ru/>

Научная электронная библиотека www.elibrary.ru

Национальная электронная библиотека <http://nel.nns.ru/>

Предметно-ориентированная логическая библиотечная сеть <http://www.libweb.ru>

Агентство «Мониторинг.ru» <http://www.monitoring.ru>

ИНИОН <http://www.inion.ru/>

Всероссийский центр изучения общественного мнения (ВЦИОМ) <http://wciom.ru/>

Фонд «Общественное мнение» <http://fom.ru/>

«Левада-центр»

12. Язык преподавания - русский.

13. Преподаватель:

Евгеньева Татьяна Васильевна, кандидат исторических наук, доцент кафедры социологии и психологии политики;
e-mail: etv133@mail.ru

Приложение

Оценочные средства для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по дисциплине
«Психология и социология массовой коммуникации»

на основе карт компетенций выпускников

1. Планируемые результаты обучения для формирования компетенций

РЕЗУЛЬТАТ ОБУЧЕНИЯ по дисциплине (модулю)	КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТА ОБУЧЕНИЯ по дисциплине (модулю) и ШКАЛА оценивания		ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ
	<i>незачтено</i>	<i>зачтено</i>	
способность к критическому анализу и оценке современных научных достижений, генерированию новых идей при решении исследовательских и практических задач, в том числе в междисциплинарных областях (УК-1)	<p>Знает содержание понятия «психология», «социология массовой коммуникации», их место в системе близких научных категорий</p> <p>Умеет анализировать основные научные подходы в психологии и социологии массовой коммуникации</p> <p>Владеет навыками критического анализа и оценки основных научных подходов в психологии и социологии массовой коммуникации</p>	<p>Знает содержание понятия «психология», «социология массовой коммуникации», их место в системе близких научных категорий</p> <p>Умеет анализировать основные научные подходы в психологии и социологии массовой коммуникации</p> <p>Владеет навыками критического анализа и оценки основных научных подходов в психологии и социологии массовой коммуникации</p>	<p>-индивидуальное собеседование,</p> <p>-письменные ответы на вопросы;</p> <p>-написание эссе.</p>
способность самостоятельно осуществлять научно-исследовательскую деятельность в соответствующей	<p>Не знает методы политической науки, позволяющие исследовать актуальные проблемы психологии и социологии массовой коммуникации</p> <p>Умеет применять методы</p>	<p>Знает методы политической науки, позволяющие исследовать актуальные проблемы психологии и социологии массовой коммуникации</p> <p>Умеет применять методы политической</p>	<p>-написание аналитических материалов;</p> <p>-индивидуальные собеседования;</p> <p>-групповые дискуссии;</p>

<p>профессиональной области с использованием современных методов исследования и информационно-коммуникационных технологий (ОПК-1)</p>	<p>политической науки для исследования актуальных проблем психологии и социологии массовой коммуникации Владеет навыками использования методов политической науки для исследования актуальных проблем психологии и социологии массовой коммуникации</p>	<p>науки для исследования актуальных проблем психологии и социологии массовой коммуникации Владеет навыками использования методов политической науки для исследования актуальных проблем психологии и социологии массовой коммуникации</p>	<p>-практические задания.</p>
<p>готовность к преподавательской деятельности по основным образовательным программам высшего образования (ОПК-2)</p>	<p>Не знает содержание учебной дисциплины «Психология и социология массовой коммуникации» Не умеет разрабатывать учебные программы и учебно-методическое обеспечение учебных курсов, направленных на изучение дисциплины «Психология и социология массовой коммуникации» Не владеет навыками чтения лекций и проведения интерактивных практических занятий по учебным курсам, направленным на изучение дисциплины «Психология и социология массовой коммуникации»</p>	<p>Знает содержание учебной дисциплины «Психология и социология массовой коммуникации» Умеет разрабатывать учебные программы и учебно-методическое обеспечение учебных курсов, направленных на изучение дисциплины «Психология и социология массовой коммуникации» Владеет навыками чтения лекций и проведения интерактивных практических занятий по учебным курсам, направленным на изучение дисциплины «Психология и социология массовой коммуникации»</p>	<p>-индивидуальное собеседование, -письменные ответы на вопросы: -написание аналитических материалов. -написание аналитических материалов; - проведение исследований; -индивидуальные собеседования; - групповые дискуссии; -практические задания.</p>
<p>способность ставить и решать задачи исследовательского характера в целях системного развития фундаментального и</p>	<p>Не знает предметное поле и историю психологии массовой политической коммуникации; основы методологии исследования коммуникативных процессов,</p>	<p>Знает предметное поле и историю психологии массовой политической коммуникации; основы методологии исследования коммуникативных процессов, возможности и ограничения</p>	<p>- индивидуальное собеседование, - письменные ответы на вопросы: - написание аналитических материалов.</p>

<p>прикладного политологического знания (ПК-1, 3-1)</p>	<p>возможности и ограничения использования общих и специальных методов для анализа массовой политической коммуникации; структуру процесса современной массовой политической коммуникации; психологические особенности и закономерности восприятия информации в процессе массовой политической коммуникации; роль установок и стереотипов в восприятии сообщений в массовой политической коммуникации; возможности формирования установок и стереотипов средствами политической коммуникации; соотношение механизмов убеждения и внушения в массовой политической коммуникации; возможности и ограничения использования механизмов подражания и заражения в массовой политической коммуникации; роль механизмов категоризации и социальной атрибуции в массовой политической коммуникации; особенности вербальных и невербальных средств передачи</p>	<p>использования общих и специальных методов для анализа массовой политической коммуникации; структуру процесса современной массовой политической коммуникации; психологические особенности и закономерности восприятия информации в процессе массовой политической коммуникации; роль установок и стереотипов в восприятии сообщений в массовой политической коммуникации; возможности формирования установок и стереотипов средствами политической коммуникации; соотношение механизмов убеждения и внушения в массовой политической коммуникации; возможности и ограничения использования механизмов подражания и заражения в массовой политической коммуникации; роль механизмов категоризации и социальной атрибуции в массовой политической коммуникации; особенности вербальных и невербальных средств передачи информации в массовой политической коммуникации; закономерности и уровни формирования</p>	
---	--	--	--

	<p>информации в массовой политической коммуникации; закономерности и уровни формирования массовых политических настроений; возможности и ограничения управления массовыми политическими настроениями с помощью коммуникативных средств; специфику инструментов управления массовым сознанием и поведением (слухов, рекламы, моды); психологические особенности взаимодействия между источником и получателем в массовой коммуникации; основные подходы к психологическому измерению эффективности массовой коммуникации</p>	<p>массовых политических настроений; возможности и ограничения управления массовыми политическими настроениями с помощью коммуникативных средств; специфику инструментов управления массовым сознанием и поведением (слухов, рекламы, моды); психологические особенности взаимодействия между источником и получателем в массовой коммуникации; основные подходы к психологическому измерению эффективности массовой коммуникации</p>	
<p>способность ставить и решать задачи исследовательского характера в целях системного развития фундаментального и прикладного политологического знания (ПК-1, У-1)</p>	<p>Не умеет анализировать научные и публицистические произведения социально-психологического и политологического характера, выделять ключевые характеристики представленных в них коммуникативных процессов (историко-политический контекст,</p>	<p>Уметь анализировать научные и публицистические произведения социально-психологического и политологического характера, выделять ключевые характеристики представленных в них коммуникативных процессов (историко-политический контекст, субъекты и каналы коммуникации,</p>	<ul style="list-style-type: none"> - написание аналитических материалов; - написание эссе; - проведение исследований; - индивидуальные собеседования; - групповые дискуссии; - практические задания; - творческие задания.

	<p>субъекты и каналы коммуникации, содержание сообщений), выявлять основные идеи и теоретические подходы, сформулированные в них; анализировать современные массовые коммуникативные процессы, выявлять их психологические закономерности на уровне источников информации, отдельных сообщений, каналов коммуникации;</p> <p>проектировать массовые коммуникативные процессы целиком или их отдельные элементы (составлять сообщения с разными целями воздействия на получателей, разрабатывать ряды невербальных знаков для сообщений, передаваемых разными каналами коммуникации и т.п.).</p>	<p>содержание сообщений), выявлять основные идеи и теоретические подходы, сформулированные в них;</p>	
<p>способность ставить и решать исследовательского характера в целях системного развития фундаментального и прикладного политологического знания (ПК-1, В-1)</p>	<p>Не владеет навыками анализа современных массовых коммуникативных процессов, выявления их психологических закономерностей на уровне источников информации, отдельных сообщений, каналов коммуникации; проектирования массовых коммуникативных процессов целиком или их отдельных элементов</p>	<p>Владеет навыками анализа современных массовых коммуникативных процессов, выявления их психологических закономерностей на уровне источников информации, отдельных сообщений, каналов коммуникации; проектирования массовых коммуникативных процессов целиком или их отдельных элементов (составление сообщения с разными целями воздействия на получателей, разработка</p>	<ul style="list-style-type: none"> - написание аналитических материалов; - написание эссе; - проведение исследований; - индивидуальные собеседования; - групповые дискуссии; - практические задания; - творческие задания.

	(составление сообщения с разными целями воздействия на получателей, разработка ряды невербальных знаков для сообщений, передаваемых разными каналами коммуникации и т.п.).	ряды невербальных знаков для сообщений, передаваемых разными каналами коммуникации и т.п.).	
--	--	---	--

2. Образцы оценочных средств для текущего контроля усвоения материала и промежуточной аттестации - зачета.

Практические занятия по курсу «Психология массовой политической коммуникации» направлены на более углубленное теоретическое изучение ключевых вопросов, общее представление о которых формируется в рамках лекционных занятий, а также на выработку умений анализировать различные компоненты современных педагогических практик и проектировать педагогический процесс в формате лекций, семинарских занятий, а также отдельных элементов учебных занятий.

Подготовка к практическим занятиям предусматривает следующие виды самостоятельной работы обучающихся:

- чтение рекомендованной литературы,
- подготовку развернутых ответов на вынесенные для обсуждения вопросы,
- выполнение практических заданий.

Критерии оценки

Для аттестации по дисциплине (получения «зачета» по дисциплине) аспиранту необходимо получить «зачтено» по всем предусмотренным рабочей программой результатам обучения, характеризующим этапы формирования компетенции.

При анализе ответа аспиранта на итоговые контрольные вопросы преподаватель руководствуется следующими критериями:

«Зачтено»

Ответы на поставленные вопросы в билете излагаются логично, последовательно и не требуют дополнительных пояснений. Делаются обоснованные выводы. Демонстрируются глубокие знания базовых научных подходов. Соблюдаются нормы литературной речи. Ответ должен быть развернутым, уверенным, содержать достаточно четкие формулировки.

«Зачтено» ставится аспирантам, которые при ответе:

- обнаруживают всестороннее систематическое и глубокое знание программного материала;
- способны творчески применять знание теории к решению профессиональных задач;
- владеют понятийным аппаратом;
- демонстрируют способность к анализу и сопоставлению различных подходов к решению заявленной в вопросе проблематики;
- подтверждают теоретические постулаты примерами из педагогической практики.

«Незачтено»

Материал излагается непоследовательно, сбивчиво, не представляет определенной системы знаний. Имеются заметные нарушения норм литературной речи. Аспирант не понимает сущности процессов и явлений, не может ответить на простые вопросы типа “что это такое?” и “почему существует это явление?”.

«Незачтено» ставится аспирантам, которые при ответе:

- обнаруживают значительные пробелы в знаниях основного программного материала;
- допускают принципиальные ошибки в ответе на вопрос билета;
- демонстрируют незнание теории и практики.

Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов обучения, характеризующих этапы формирования компетенций.

В ходе обучения аспирантам предлагается выполнение ряда самостоятельных заданий (как индивидуально, так и в микро группах), целью которых является проверка усвоения теоретического материала, овладение практическими навыками применения полученных знаний, развитие аналитических и коммуникативных навыков. Освоение дисциплины предусматривает следующие оценочные средства текущего контроля успеваемости: выполнение аналитических практических заданий, написание творческих работ (эссе).

Аналитическое практическое задание направлено на развитие профессиональных навыков анализа учебно-методических документов и учебных занятий. Выполнение аспирантам задания позволяет контролировать освоение им материала, а так же развивать способность применять теоретические знания на практике.

Выполнение задания оценивается по 5-бальной системе (по баллу за соответствие каждому критерию).

Требования к выполнению задания и критерии оценки:

- самостоятельность выполнения;
- творческий подход;
- точность выполнения задания;
- стилистика и логика изложения материала;
- аналитические способности.

Примерные варианты практических заданий:

1. Дать характеристику структуры процесса коммуникации на примере Интернет-ресурса (электронные СМИ, блоги).
2. Привести примеры использования метафор в текстах сообщений СМИ и политической рекламе (статьи, телевизионные сюжеты, агитационные плакаты, политические анекдоты, комиксы, демотиваторы).
3. Проследить передачу одного и того же сообщения разными каналами коммуникации, выявить особенности, определить преимущества и степень воздействия на аудиторию.

Творческие задания, предполагающие разработку коммуникативной стратегии с использованием изученного в данном разделе материала.

Пример. На основании анализа содержания материалов массовой политической коммуникации ответьте на вопросы.

Какие виды мифологизированных образов героев или врагов используются в материалах СМИ? На какую аудиторию они рассчитаны? Попробуйте сформулировать собственную позицию по поводу возможностей и ограничений использования мифологических образов и категорий в политике. Сконструируйте мифологический образ политического актора.

Творческая работа в свободной форме, условно обозначаемая как «эссе». Краткая литературная энциклопедия трактует жанр эссе как прозаическое сочинение небольшого объема и свободной композиции, раскрывающее частную тему и представляющее попытку передать индивидуальные впечатления и соображения, так или иначе, с нею связанные.

К эссе предъявляются следующие требования:

- Эссе должно восприниматься как единое целое, идея должна быть ясной и понятной.
- Эссе не должно содержать ничего лишнего, должно содержать только ту информацию, которая необходима для раскрытия позиции, идеи.
- Эссе должно иметь грамотное композиционное построение, быть логичным, чётким по структуре.
- Каждый абзац эссе должен содержать только одну основную мысль.
- Эссе должно показывать, что его автор знает и осмысленно использует теоретические понятия, термины, обобщения, мировоззренческие идеи.
- Эссе должно содержать убедительную аргументацию заявленной по проблеме позиции.

Эссе оценивается с точки зрения трех основных аспектов:

- творческого подхода (неординарность позиции автора, оригинальность мыслей, примеров, аргументов, композиционного построения эссе),
- владения теоретическим материалом по проблеме (демонстрация знаний, свободное и грамотное оперирование понятийным аппаратом, фактологическая точность),
- логики изложения мыслей (уместность примеров, аргументов, доказательность, четкость и логичность выводов).

Темы для творческих работ (эссе)

1. Роль СМИ в кризисе образа мира в СССР/России конца 80-х – начала 90-х годов.
2. Использование СМИ механизмов категоризации и атрибуции при формировании образа «демократии» в конце 80-х – начале 90-х годов.
3. Использование СМИ механизмов категоризации и атрибуции при формировании образа Вашего региона.
4. Использование метода рекламы «образа жизни» в политической рекламе.
5. Как средства массовой информации формировали позитивную установку по отношению к В. Путину в его первый и второй президентский сроки?
6. Как и какие средства массовой информации формировали негативную установку по отношению к «лицам кавказской национальности»?
7. Как и какие средства массовой информации формируют сегодня негативную установку по отношению к Западу (Америке, Западной Европе)?

8. Как и какие средства массовой информации на Западе формируют сегодня негативную установку по отношению к России?
9. Какие средства массовой информации в Вашем регионе целенаправленно формируют позитивные (негативные) этнические, конфессиональные, политические или иные социальные установки?
10. Проведите анализ наиболее распространенных культурных, социальных или конфессиональных стереотипов, распространенных в Вашем регионе.
11. Проанализируйте стереотипы, распространяемые в социальных сетях Интернета.
12. Стереотип Запада в российской культуре и в современном массовом сознании.
13. Основные элементы стереотипа правителя (царь, Генеральный секретарь ЦК КПСС, Президент) в российском массовом сознании.
14. Основные элементы стереотипа врага в российской культуре и в современном массовом сознании.
15. Какие стереотипы массового сознания использовались в избирательных кампаниях в Вашем регионе?
16. Как происходило «переворачивание» советских стереотипов в постсоветский период? Какие из них «перевернулись» назад?
17. Какие психологические механизмы влияния на массовое сознание и поведение избирателей использовались в федеральных и региональных избирательных кампаниях?
18. Проанализируйте механизмы управления массовым сознанием и поведением в СССР.
19. Как использовалась «спираль молчания» для управления массовым сознанием и поведением в современной Украине в период выборов президента в 2004 году (оранжевая революция)?
20. Раскройте концепцию «глобального театра» М. Маклюэна на современных примерах.
21. «Русский рок» как отражение массовых настроений неудовлетворенности российской молодежи 70-х – 80-х годов. Какие музыкальные направления являются отражением настроений молодежи сегодня?
22. Проявления массовых настроений неудовлетворенности в конце 80-х и в конце 90-х годов XX века в России.
23. «Протестное» голосование как проявление массовых настроений неудовлетворенности.
24. Проанализируйте примеры канализирования массовых настроений неудовлетворенности в современной России.
25. Интернет как инструмент канализирования массовых настроений неудовлетворенности.
26. Проанализируйте примеры самореализации слуха.
27. Найдите и проанализируйте примеры успешного противостояния распространяемым слухам.

28. Найдите и проанализируйте примеры неудачного противостояния слуху, приведшему к его еще большему распространению.
29. Проанализируйте известные Вам российские слухи, получившие широкое распространение.
30. Существуют ли независимые СМИ?
31. Существуют ли независимые журналисты?
32. Проанализируйте психологические функции массовой коммуникации на примере деятельности известного Вам средства массовой коммуникации.
33. Проанализируйте конкретный пример действия «эффекта ореола».
34. Проанализируйте конкретный пример действия «эффекта бумеранга».
35. Приведите и проанализируйте примеры использования различных форм обратной связи известными Вам средствами массовой информации.
36. Какая из форм обратной связи представляется Вам наиболее успешной? Почему?