

«Психология массовых коммуникаций»

Институт массовых коммуникаций и социальных наук, кафедра прикладной политологии и связей с общественностью.

Институт социально-философских наук и массовых коммуникаций / Высшая школа журналистики и медиакоммуникаций/ Кафедра связей с общественностью и прикладной политологии

Направление: Реклама и Связи с общественностью

Учебный план: «Реклама и Связи с общественностью» (очное, 2016)

Дисциплина:

Данная учебная дисциплина включена в раздел "Б1.Б.12 Дисциплины (модули)" основной профессиональной образовательной программы 42.03.01 "Реклама и связи с общественностью (не предусмотрено)" и относится к базовой (общепрофессиональной) части. Осваивается на 2 курсе, в 4 семестре.

Массовая коммуникация как разновидность массового человеческого общения изучается многими дисциплинами, в их числе "Основы теории коммуникации", "Социология массовых коммуникаций", "Теория и история массовых коммуникаций", "Политические коммуникации". Логическим дополнением, позволяющим рассмотреть коммуникацию как комплексную проблему, является курс "Психология массовых коммуникаций". Психологический аспект проблемы имеет свою специфику, связанную с основными психологическими особенностями установок, стереотипов людей, их общественного мнения, спецификой таких видов влияния как убеждение, внушение, манипуляция. Необходим интегрированный подход к изучению массовой коммуникации: сочетание элементов социально-психологического, социологического и общепсихологического исследования, а также комплекса компонентов и процессов массовой коммуникации.

Количество часов: Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетных(ые) единиц(ы), 144 часа(ов).
Форма промежуточного контроля дисциплины: экзамен в 4 семестре.

Аннотация:

Цель курса - дать общие понятия о психологических особенностях протекания массовой коммуникации, познакомить студентов с профессиональной терминологией, с которой им придется сталкиваться в практической деятельности.

Задачи курса. Основными задачами курса являются:

- изучение специфики коммуникативного процесса в условиях массовой коммуникации;
- раскрытие специфических сторон общения в массовой коммуникации;
- изучение социальных и социально-психологических функций массовой коммуникации;
- социально-психологическое изучение структурных компонентов массовой коммуникации;
- исследование эффективности массовой коммуникации.

Темы: 1. Предмет, задачи и методы курса «Психология массовых коммуникаций» Массовая коммуникация в контексте психологии

2. Специфика информационного процесса в условиях массовой коммуникации
3. Психологические особенности коммуникации
4. Установка и стереотип
5. Эффективность массовой коммуникации
6. Влияние массовой коммуникации на общественное мнение и массовое поведение
7. Слухи как неформальная коммуникация
8. Психологическая детерминированность внушения и убеждения
9. Ложь в политике

Ключевые слова: Психология массовых коммуникаций, информационный процесс, установка, стереотип, эффективность массовой коммуникации, общественное мнение, массовое поведение, слухи, внушения, убеждения, ложь.

Автор курса:

Сидельникова Татьяна Тимофеевна, профессор кафедры связей с общественностью и прикладной политологии, доктор педагогических наук, тел.:(843) 2-33-73-22, email: ttsidelnikova@gmail.com

Дата начала эксплуатации:

Доступность: записанные на курс пользователи

Язык интерфейса: русский

URL: