

**Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА И
ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ»**

Алтайский филиал

УТВЕРЖДЕНО

Решением Ученого совета
Алтайского филиала РАНХиГС

Протокол от «25» апреля 2024 г.
№ 8

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

Прикладная социальная психология
(наименование образовательной программы)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.Б.15 Психология влияния и массовых коммуникаций

Магистратура
(уровень образования)

37.04.01 Психология
(код, наименование направления подготовки/специальности)

Очно-заочная
(форма обучения)

Год набора - 2025

Барнаул, 2024 г.

Автор(ы)–составитель(и):

доцент кафедры психологии и социологии управления, к.соц.н., доцент
Воронина С.А.

и.о. заведующего кафедрой психологии и социологии управления, к.соц.н.,
Меженин Я.Э.

СОДЕРЖАНИЕ

1.Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения программы.....	4
2.Объем и место дисциплины в структуре ОП ВО	5
3.Содержание и структура дисциплины	6
4.Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и оценочные материалы промежуточной аттестации по дисциплине	8
5.Методические материалы по освоению дисциплины.....	16
6.Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет	18
7.Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы.....	20

**1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю),
соотнесенных с планируемыми результатами освоения программы**

1.1. Дисциплина Б1.Б.15 «Психология влияния и массовых коммуникаций» обеспечивает овладение следующими компетенциями:

Код компетенции	Наименование компетенции	Код компонента компетенции	Наименование компонента компетенции
УК - 4	Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия	УК-4.1	Способен использовать современные коммуникативные технологии для профессионального взаимодействия
ОПК - 7	Способен вести просветительскую и психолого-профилактическую деятельность среди различных категорий населения с целью повышения психологической культуры общества и понимания роли психологии в решении социально - и индивидуально значимых задач в сфере охраны здоровья и смежных с ней областей	ОПК-7.1	Способен использовать закономерности психологии влияния и массовых коммуникаций в просветительской деятельности среди различных категорий населения

1.2. В результате освоения дисциплины у студентов должны быть сформированы:

ОТФ/ТФ (при наличии профстандарта)/ трудовые или профессиональные действия	Код компонента компетенции	Результаты обучения

Является общей основой для совершения трудовых или/и профессиональных действий, формируемых данной образовательной программой	УК-4.1	на уровне знаний: Осуществляет коммуникативное взаимодействие на иностранном языке в профессиональной и академической среде
		на уровне навыков: Использует современные коммуникативные технологии для профессионального взаимодействия
		на уровне умений: уметь разработать программу психологического исследования МК; разработать и представить рекламный продукт; разрабатывать и проводить исследовательские проекты в рамках практической деятельности; давать подробную психологическую интерпретацию продукта МК.
Является общей основой для совершения трудовых или/и профессиональных действий, формируемых данной образовательной программой	ОПК-7.1	на уровне знаний: Использует эффективные приемы самопрезентации с целью повышения психологической культуры общества и понимания роли психологии в решении социально - и индивидуально значимых задач в сфере охраны здоровья и смежных с ней областей Использует закономерности психологии влияния и массовых коммуникаций в просветительской деятельности среди различных категорий населения
		на уровне умений: уметь разработать программу психологического сопровождения; разрабатывать и проводить исследовательские проекты в рамках практической деятельности; давать подробную психологическую интерпретацию кросс-культурных явлений.
		на уровне навыков: -владеть навыками использования психотехник и психологических приемов воздействия.

2. Объем и место дисциплины в структуре ОП ВО

Общий объем дисциплины составляет 3 з.е. – 108 академических часов, из них контактная работа – 34 а.ч., включая занятия лекционного типа – 14 а.ч., практические занятия – 20 а.ч.; самостоятельная работа – 74 а.ч.

Место дисциплины в структуре ОП ВО

Дисциплина Б1.Б.15 «Психология влияния и массовых коммуникаций» относится к обязательным дисциплинам учебного плана 37.04.01 «Психология» и реализуется в первом семестре.

3. Содержание и структура дисциплины Очно-заочная форма обучения

№ п/п	Наименование тем и/или разделов	Объем дисциплины (модуля), час.					Форма текущего контроля успеваемости *, промежуточн ой аттестации**	
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий					СР
			Л/ДОТ	ЛР/ДОТ	ПЗ/ДОТ	КСР		
Тема 1	Предмет, задачи и проблемы психологии влияния	12	1		3		8	Пз
Тема 2	Образ мира личности как основа восприятия информации в процессе массовой коммуникации	22	1		3		8	О, Пз
Тема 3	Установки и стереотипы массового сознания	12	2		2		8	О, Пз
Тема 4	Механизмы убеждения и внушения в массо	12	2		2		8	ДП, Пз
Тема 5	Использование механизмов подражания и заражения в массовой коммуникации	12	2		2		8	ДП, Пз
Тема 6	Знаки и их значение в массовой коммуникации	12	2		2		8	ДП, П
Тема 7	Особенности невербальной коммуникации	12	2		2		8	ДП, Пз
Тема 8	Масса и массовые настроения	12	1		2		8	ДП, Пз
Тема 9	Инструменты и технологии управления массовым сознанием и поведением	12	1		2		8	ДП, Пз
Промежуточная аттестация								3
Всего:		108	14		20		74	

Примечание: формы текущего контроля успеваемости: опрос (О), практическое задание (ПЗ), доклад-презентация (ДП)

Форма промежуточной аттестации: зачет (З).

Содержание дисциплины

Тема 1. Предмет, задачи и проблемы психологии влияния и МК

Общая характеристика массовой коммуникации. Понятие о коммуникации. Функции массовой коммуникации. Модели массовой коммуникации

Тема 2. Образ мира личности как основа восприятия информации в процессе массовой коммуникации

Когнитивная теория массовой коммуникации и ее соотношение с иными подходами. Образ мира аудитории и возможности его формирования и трансформации в процессе массовой коммуникации. Массовая коммуникация и модели поведения. Роль механизмов категоризации и атрибуции в формировании образа мира и моделей поведения аудитории массовой коммуникации.

Тема 3. Установки и стереотипы массового сознания

Установка как состояние внутренней готовности субъекта реагировать определенным образом на объекты действительности или на информацию о них. Происхождение и основные функции установки. Функция барьера и ее роль в массовой коммуникации. Проблема формирования и трансформации установки. Механизм стереотипизации как основа формирования стереотипа. Источники формирования стереотипов. Концепция стереотипа в работах У. Липпмана и Дж. Цаллера. Проблема устойчивости стереотипа. Массовая коммуникация как источник формирования стереотипов. Стереотип и имидж.

Тема 4. Механизмы убеждения и внушения в массовой коммуникации

Рациональное и эмоциональное в массовой коммуникации. Механизм убеждения. Его возможности и ограничения в массовой коммуникации. Логические аргументы и специфика их восприятия. Позитивные и негативные формы аргументации. Убеждаемость и убежденность. Конформность и конформизм. Роль конформизма в восприятии рекламных сообщений. Информационный конформизм. Конформизм авторитета. Конформизм страха. Условия эффективности убеждения. Особенности использования механизма убеждения различными каналами массовой коммуникации. Механизм внушения. Понятия внушаемости. Особенности внушения в массовой коммуникации. Символы как основа внушения. Символический интеракционизм. Слова-символы. Цвета-символы. Образы-символы. Личности-символы. Условия эффективности внушения. Особенности использования механизма внушения различными каналами массовой коммуникации.

Тема 5. Использование механизмов подражания и заражения в массовой коммуникации

Механизмы заражения и подражания. Действия механизмов заражения и подражания в условиях непосредственной коммуникации. Идентификация как основа подражания. Теории идентичности. Референтные группы. Воображаемые сообщества. Идентификация с большинством. Идентификация с авторитетом. Негативная идентификация. Эмоциональное заражение. Циркулярная реакция. Возможности и ограничения использования механизмов заражения и подражания в условиях массовой (опосредованной) коммуникации. Особенности использования механизмов заражения и подражания различными каналами массовой коммуникации.

Тема 6. Знаки и их значение в массовой коммуникации

Знаки и их значение в массовой коммуникации. Язык как система знаков. Вербальные и невербальные знаки. Слова как знаки. Слова-символы. Вербальное воздействие в массовой коммуникации. Соотношение между значением и смыслом. Коммуникативные барьеры. Методы и приемы манипулирования словами. Черная риторика. Постмодернистский подход к анализу языка массовой коммуникации. Культурные и коммуникативные коды. Пропаганда и пропагандистские мифы. Роль метафоры в массовой коммуникации. Концепция метафоры Д. Лакоффа и У. Джонсона. Виды метафор. Возможности психолингвистического анализа сообщений.

Тема 7. Особенности невербальной коммуникации

Понятие невербальной коммуникации. Виды и возможности невербального воздействия. Кинесика. Жесты и мимика как средства невербальной коммуникации. Пантомимика. Такесика. Организация пространства и времени коммуникативного процесса. Проксемика. Направление взгляда. Зоны контроля. Паралингвистика. Экстралингвистика. Одежда, аксессуары, интерьер. Использование цвета и формы в невербальной коммуникации. Возможности и ограничения интерпретации невербального поведения в массовой коммуникации.

Тема 8. Масса и массовые настроения

Социально-психологическая теория массы и массовая коммуникация. Концепция массы Г.Лебона. Психологические механизмы формирования и функционирования толпы и массы. Массовые настроения. Закономерности и уровни формирования массовых настроений. Исследования массовых настроений в работах Д.Ольшанского. Канализирование массовых настроений. Понятия хорошо информированных и неосведомленных граждан в работах Дж. Цаллера.

Тема 9. Инструменты и технологии управления массовым сознанием и поведением

Слухи как инструмент управления массовым сознанием и поведением. Виды слухов. Условия возникновения слухов. Возможности и ограничения формирования и опровержения слухов. Мода как инструмент управления массовым сознанием и поведением. Структура и функции моды. Реклама как инструмент управления массовым сознанием и поведением. Виды рекламы. Типы рекламных сообщений. Психологические механизмы влияния на поведение личности, используемые в рекламных сообщениях. Технология «фрейминг» и «инфотеймент» в массовой коммуникации.

4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и оценочные материалы промежуточной аттестации по дисциплине

В ходе реализации дисциплины Б1.Б.15 «Психология влияния и массовых коммуникаций» используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

Тема и/или раздел	Методы текущего контроля успеваемости
Предмет, задачи и проблемы психологии влияния	Практическое задание
Образ мира личности как основа восприятия информации в процессе массовой коммуникации	Опрос, практическое задание
Установки и стереотипы массового сознания	Опрос, практическое задание
Механизмы убеждения и внушения в массовой коммуникации	Доклад-презентация
Использование механизмов подражания и заражения в массовой коммуникации	Доклад-презентация, практическое задание, тест
Знаки и их значение в массовой коммуникации	Доклад-презентация, практическое задание
Особенности невербальной коммуникации	Доклад-презентация, практическое задание
Масса и массовые настроения	Доклад-презентация, практическое задание
Инструменты и технологии управления массовым сознанием и поведением	Доклад-презентация, практическое задание

Зачет проводится с применением следующих методов (средств): устного опроса и практического задания.

Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся

Типовые оценочные материалы по теме 1. Предмет, задачи и проблемы психологии влияния

Практическое задание.

Найти и проанализировать примеры использования механизмов категоризации, атрибуции и идентификации в массовой коммуникации.

Типовые оценочные материалы по теме 2. Образ мира личности как основа восприятия информации в процессе массовой коммуникации

Вопросы для опроса

1. Когнитивная теория массовой коммуникации и ее соотношение с иными подходами.
2. Образ мира аудитории и возможности его формирования и трансформации в процессе массовой коммуникации.
3. Массовая коммуникация и модели поведения.
4. Роль механизмов категоризации и атрибуции в формировании образа мира и моделей поведения аудитории массовой коммуникации.

Практическое задание.

Найти и проанализировать примеры использования механизмов категоризации, атрибуции и идентификации в массовой коммуникации.

Типовые оценочные материалы по теме 3. Установки и стереотипы массового сознания

Вопросы для опроса

1. Установка как состояние внутренней готовности субъекта реагировать определенным образом на объекты действительности или на информацию о них.
2. Происхождение и основные функции установки.
3. Функция барьера и ее роль в массовой коммуникации.
4. Проблемы формирования и трансформации установки.
5. Механизм стереотипизации как основа формирования стереотипа.
6. Источники формирования стереотипов.
7. Концепция стереотипа в работах У. Липпмана и Дж. Цаллера.
8. Проблема устойчивости стереотипа.
9. Массовая коммуникация как источник формирования стереотипов.
10. Стереотип и имидж.

Практическое задание.

Найти и проанализировать примеры использования стереотипов в массовой коммуникации.

Типовые оценочные материалы по теме 4. Механизмы убеждения и внушения в массовой коммуникации

Темы докладов-презентаций:

1. Рациональное и эмоциональное в массовой коммуникации.
2. Механизм убеждения.
3. Его возможности и ограничения в массовой коммуникации.
4. Логические аргументы и специфика их восприятия.
5. Позитивные и негативные формы аргументации.
6. Убеждаемость и убежденность.
7. Конформность и конформизм.
8. Роль конформизма в восприятии рекламных сообщений.
9. Информационный конформизм.
10. Конформизм авторитета.

11. Конформизм страха.
12. Условия эффективности убеждения.
13. Особенности использования механизма убеждения различными каналами массовой коммуникации.
14. Механизм внушения.
15. Понятия внушаемости.
16. Особенности внушения в массовой коммуникации.
17. Символы как основа внушения.
18. Символический интеракционизм.
19. Слова-символы. Цвета-символы. Образы-символы. Личности-символы.
20. Условия эффективности внушения.
21. Особенности использования механизма внушения различными каналами массовой коммуникации.

Практическое задание.

Найти и проанализировать примеры использования механизма внушения в массовой коммуникации.

Типовые оценочные материалы по теме 5. Использование механизмов подражания и заражения в массовой коммуникации

Темы докладов-презентаций.

1. Механизмы заражения и подражания.
2. Действия механизмов заражения и подражания в условиях непосредственной коммуникации.
3. Идентификация как основа подражания.
4. Теории идентичности.
5. Референтные группы.
6. Воображаемые сообщества.
7. Идентификация с большинством.
8. Идентификация с авторитетом.
9. Негативная идентификация.
10. Эмоциональное заражение.
11. Циркулярная реакция.
12. Возможности и ограничения использования механизмов заражения и подражания в условиях массовой (опосредованной) коммуникации.
13. Особенности использования механизмов заражения и подражания различными каналами массовой коммуникации.

Практическое задание.

Найти и проанализировать примеры комплексного использования механизмов внушения, заражения и подражания в массовой коммуникации.

Типовые оценочные материалы по теме 6. Знаки и их значение в массовой коммуникации

Темы докладов-презентации

1. Знаки и их значение в массовой коммуникации.
2. Язык как система знаков.
3. Вербальные и невербальные знаки.
4. Слова как знаки. Слова-символы.
5. Вербальное воздействие в массовой коммуникации.
6. Соотношение между значением и смыслом. Коммуникативные барьеры.
7. Методы и приемы манипулирования словами.
8. Черная риторика.
9. Постмодернистский подход к анализу языка массовой коммуникации.
10. Культурные и коммуникативные коды.
11. Пропаганда и пропагандистские мифы.
12. Роль метафоры в массовой коммуникации.
13. Концепция метафоры Д. Лакоффа и У. Джонсона.
14. Виды метафор. Возможности психолингвистического анализа сообщений.

Практическое задание.

Найти и проанализировать примеры использования мифологических образов и символов в массовой коммуникации.

Типовые оценочные материалы по теме 7. Особенности невербальной коммуникации**Темы докладов-презентаций:**

1. Понятие невербальной коммуникации.
2. Виды и возможности невербального воздействия. Кинесика.
3. Жесты и мимика как средства невербальной коммуникации.
4. Пантомимика.
5. Такесика.
6. Организация пространства и времени коммуникативного процесса.
7. Проксемика. Направление взгляда. Зоны контроля.
8. Паралингвистика. Экстралингвистика. Одежда, аксессуар, интерьер.
9. Использование цвета и формы в невербальной коммуникации.
10. Возможности и ограничения интерпретации невербального поведения в массовой коммуникации.

Практическое задание.

Найти и проанализировать выступление известных персонажей с точки зрения использования ими знаков невербальной коммуникации.

Типовые оценочные материалы по теме 8. Масса и массовые настроения**Темы докладов-презентаций**

1. Социально-психологическая теория массы и массовая коммуникация.
2. Концепция массы Г.Лебона.
3. Психологические механизмы формирования и функционирования толпы и массы.
4. Массовые настроения.
5. Закономерности и уровни формирования массовых настроений.
6. Исследования массовых настроений в работах Д.Ольшанского.
7. Канализирование массовых настроений.
8. Понятия хорошо информированных и неосведомленных граждан в работах Дж. Цаллера.

Практическое задание:

Прочитать и проанализировать основные идеи в работах Г. Лебона и Дж. Цаллера..

Типовые оценочные материалы по теме 9. Инструменты и технологии управления массовым сознанием и поведением**Темы докладов-презентаций:**

1. Слухи как инструмент управления массовым сознанием и поведением.
2. Виды слухов.
3. Условия возникновения слухов.
4. Возможности и ограничения формирования и опровержения слухов.
5. Мода как инструмент управления массовым сознанием и поведением.
6. Структура и функции моды.
7. Реклама как инструмент управления массовым сознанием и поведением.
8. Виды рекламы. Типы рекламных сообщений.
9. Психологические механизмы влияния на поведение личности, используемые в рекламных сообщениях. Технология «фрейминг» и «инфотейнмент» в массовой коммуникации.

Практическое задание:

Найти и проанализировать примеры использования изученных инструментов и технологий в массовой коммуникации.

Критерии оценки устного опроса

Параметр	Оценка (по 5-балльной шкале)
----------	------------------------------

Обучающийся обнаруживает полное понимание темы, владеет предусмотренной терминологией, демонстрирует верный ход изложения материала и правильные ответы, аргументированность дополнительно привлекаемых рассуждений, примеров, критичность собственных замечаний по проблемным вопросам; может обосновать свои суждения, привести необходимые примеры, отвечает на вопросы по теме.	5 «отлично»
Обучающийся демонстрирует знание и понимание материала, но допускаются единичные недочеты, негрубые ошибки; в целом, демонстрируется непротиворечивость, системность, приводимых аргументов, знание понятийного аппарата дисциплины и основных категорий. Студент может ответить не на все вопросы по теме.	4 «хорошо»
Обучающийся знает и понимает основные положения темы, но излагает материал недостаточно точно, допускает ошибки, не даёт полного ответа на дополнительные вопросы; испытывает трудности изложения; демонстрирует неоднозначность и неточность формулирования мыслей; бессистемность и неубедительность приводимых аргументов.	3 «удовлетворительно»
Обучающийся обнаруживает незнание большей части темы или совсем не ориентируется в ней, искажает смысл определений, не владеет терминологией, понятийным аппаратом дисциплины, излагает материал бессистемно и неуверенно; не может ответить на вопросы по теме.	2 «неудовлетворительно»

Критерии оценки практического задания (П.з.):

Ответ обучающегося оценивается, исходя из следующих критериев:

- правильное использование психологической терминологии, раскрытие основных признаков и характерных черт понятий, явлений, процессов;
- полнота и лаконичность ответа; четкость аргументации;
- глубина анализа психологических источников;
- степень использования научной и учебной литературы;
- умение применить положения психологической теории к конкретной практической ситуации и мотивировать сделанный выбор;
- логика и аргументированность изложения;
- корректное приведение примеров, аналогий, сравнений - работа с источниками, сбор материала.

Оценивание практических заданий:

Практические задания оцениваются преподавателем дисциплины по двухбалльной шкале (зачтено/не зачтено).

Критерии оценки докладов-презентаций

Баллы: 0 - позиция отсутствует 1 – слабо 2 – хорошо 3 - отлично	Итого взя оценка
---	---------------------

Требования	
Структура и содержание (до 12 баллов)	
логичность структуры доклада	
оформлены ссылки на все использованные источники	
презентация отражает основные этапы исследования (проблема, цель, гипотеза, ход работы, выводы, ресурсы)	
содержит ценную, полную, понятную информацию по теме доклада	
Текст на слайдах (до 6 баллов)	
текст на слайде представляет собой опорный конспект (ключевые слова, маркированный или нумерованный список), без полных предложений	
наиболее важная информация выделяется с помощью цвета, размера, эффектов анимации и т.д.	
Наглядность (до 9 баллов)	
иллюстрации помогают наиболее полно раскрыть тему, не отвлекают от содержания	
иллюстрации хорошего качества, с четким изображением	
используются средства наглядности информации (таблицы, схемы, графики и т.д.)	
Дизайн и настройка (до 9 баллов)	
оформление слайдов соответствует теме, не препятствует восприятию содержания	
для всех слайдов презентации используется один и тот же шаблон оформления	
презентация не перегружена эффектами	
Требования к выступлению (до 9 баллов)	
выступающий свободно владеет содержанием, ясно излагает идеи	
выступающий свободно и корректно отвечает на вопросы и замечания аудитории	
выступающий обращается к аудитории, поддерживает контакт с ней	
Общее количество баллов	
Оценка	

Оценивание докладов – презентаций

Количество баллов	0-29	15-29	30-39	40-45
Отметка по 5-балльной шкале	2	3	4	5

Оценочные материалы промежуточной аттестации

Код компетенции	Наименование компетенции	Код компонента компетенции	Наименование компонента компетенции
УК - 4	Способность создавать программы, направленные на предупреждение профессиональных рисков в различных видах деятельности, отклонений в	УК-4.1	Способен использовать современные коммуникативные технологии для профессионального взаимодействия

	социальном и личностном статусе и развитии человека с применением современного психологического инструментария		
ОПК - 7	Способен вести просветительскую и психолого-профилактическую деятельность среди различных категорий населения с целью повышения психологической культуры общества и понимания роли психологии в решении социально - и индивидуально значимых задач в сфере охраны здоровья и смежных с ней областей	ОПК – 7.1	Способен использовать закономерности психологии влияния и массовых коммуникаций в просветительской деятельности среди различных категорий населения

Компонент компетенции	Индикатор оценивания	Критерий оценивания
УК - 4	Применяет современные коммуникативные технологии на русском и иностранном языке для академического и профессионального взаимодействия	Способен использовать современные коммуникативные технологии для профессионального взаимодействия
ОПК - 7	Использует закономерности психологии влияния и массовых коммуникаций в просветительской деятельности среди различных категорий населения	Продемонстрирован анализ закономерности психологии влияния и массовых коммуникаций для применения в просветительской деятельности среди различных категорий населения

Типовые оценочные материалы промежуточной аттестации

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 рекламе (статьи, телевизионные сюжеты, плакаты, анекдоты, комиксы, мемы).
3. Проследить передачу одного и того же сообщения разными каналами коммуникации, выявить особенности, определить преимущества и степень воздействия на аудиторию.

Типовые вопросы к зачету.

1. Массовая коммуникация как инструмент управления настроениями в обществе.
2. Общественность как субъект общественного мнения.
3. Массовая коммуникация как инструмент формирования общественности.
4. Общественность в сети Интернет. Блогер как субъект формирования общественности.
5. Функции массовой коммуникации в обществе.
6. Источник и субъект в массовой коммуникации. Может ли журналист быть независимым?
7. Возможности и ограничения использования психологического механизма убеждения в массовой коммуникации.
8. Психологический механизм внушения в массовой коммуникации.
9. Психологические механизмы заражения и подражания в массовой коммуникации.
10. Массовая коммуникация как инструмент формирования и распространения стереотипов.
11. Механизмы категоризации и атрибуции в массовой коммуникации.
12. Установка в массовой коммуникации.
13. Механизм идентификации в массовой коммуникации.
14. Технология «фрейминг». Психологические механизмы в «фрейминге».
15. Технологии, отражающие специфику «клипового мышления».
16. Проблемы восприятия в фильме «Я и другие».
17. Концепция «симулякра» в работах Ж. Бодрийяра.
18. Концепция поля журналистики в работе П. Бурдьё «Власть журналистики».
19. Место массовой коммуникации в обществе в работе П. Бурдьё «Власть журналистики».
20. Функции массовой коммуникации в обществе. Модель П. Лазарсфельда.
21. Функции массовой коммуникации в обществе. Модель Г. Лассвелла.
22. Роль СМИ в формировании и трансформации стереотипов в работах Д. Цаллера.
23. «Аксиомы» Д. Цаллера.
24. Понятие стереотипа в работе У. Липпмана «Общественное мнение».
25. Концепция общественного мнения в работе Э. Ноэль-Нойман «Общественное мнение. Открытие спирали молчания».
26. Концепция общественного мнения в работе Г. Тарда «Общественное мнение и толпа».
27. Роль СМИ формировании общественности в работе Г. Тарда «Общественное мнение и толпа».
28. Понятие общественности (публики) в работе Г. Тарда «Общественное мнение и толпа».
29. Психологический механизм внушения в работе Г. Лебона «Психология масс».
30. Психологические механизмы заражения и подражания в работе Г. Лебона «Психология масс».

Шкала оценивания (зачет)

Описание шкалы	Зачтено/ Не зачтено
У обучающегося сформированы уверенные знания, умения и навыки, включенные в соответствующий этап освоения компетенций, он глубоко и полно освещает теоретические, методологические и практические аспекты вопроса, проявляет творческий подход к его изложению и демонстрирует дискуссионность проблематики, а также глубоко и полно раскрывает дополнительные вопросы. Этапы компетенций, предусмотренные рабочей программой, сформированы. Свободное владение материалом. Достаточный уровень знакомства со специальной научной литературой. Практические навыки профессиональной деятельности сформированы. Обучающийся не затрудняется с ответами при видоизменении заданий, правильно обосновывает принятые решения, владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических задач.	Зачтено

Ставится при полных, исчерпывающих, аргументированных ответах на все основные и дополнительные вопросы. Этапы компетенций, предусмотренные рабочей программой, сформированы. Детальное воспроизведение учебного материала. Практические навыки профессиональной деятельности в значительной мере сформированы. Приемлемое умение самостоятельного решения практических задач с отдельными элементами творчества. Обучающийся твердо знает материал дисциплины, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопросы, правильно применяет теоретические положения при решении практических вопросов и задач, владеет необходимыми навыками и приемами их выполнения.	
Ставится, если этапы компетенций, предусмотренные рабочей программой, сформированы не в полной мере. Наличие минимально допустимого уровня в усвоении учебного материала и в самостоятельном решении практических задач. Практические навыки профессиональной деятельности сформированы не в полной мере. Обучающийся показывает знания только основного материала, но не усвоил его деталей, допускает неточности, неправильные формулировки, нарушения логической последовательности в изложении программного материала, испытывает затруднения при выполнении практических задач.	
Ставится, если обучающийся не знает и не понимает сущности вопросов и предлагаемых задач. Этапы компетенций, предусмотренные рабочей программой, не сформированы. Недостаточный уровень усвоения понятийного аппарата и наличие фрагментарных знаний по программному материалу дисциплины, обучающийся допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями решает практические задачи или не справляется с ними самостоятельно. Отсутствие минимально допустимого уровня в самостоятельном решении практических задач. Практические навыки профессиональной деятельности сформированы в недостаточном объеме.	На зачтено

5. Методические материалы по освоению дисциплины

Методические указания по организации самостоятельной работы обучающихся

Самостоятельная работа студентов является обязательным компонентом учебного процесса для каждого обучающегося, определяется учебным планом.

Наряду с прослушиванием лекций и участием в обсуждении проблем на практических занятиях, учебный план предусматривает затрату обучающимися, как правило, большего числа часов для самостоятельной работы.

При этом необходима планомерная и систематическая работа магистранта на всех аудиторных занятиях. Эта работа складывается из изучения учебной и научной литературы, в том числе в связи с подготовкой к практическим занятиям, выполнения других заданий преподавателя.

Основным элементом этой работы является изучение основных разделов дисциплины, содержащейся в программе по этой дисциплине, с использованием записей лекций преподавателя, ведущего курс, и рекомендуемой программой литературы – учебников и учебных пособий, монографий и статей по отдельным проблемам. Такая работа должна выполняться в той или иной степени всеми обучающимися при подготовке

к практическим занятиям. Но это можно делать и по темам, которые не выносятся на практические занятия – для этого рекомендуется сразу после лекции по теме прочитать рекомендованную по ней литературу. Это поможет закреплению материала.

Приступая к изучению той или иной темы, выделяемой по предметно-систематизированному принципу, нужно отдельно и последовательно рассмотреть каждую из частей, из которых состоит тема.

При изучении курса, обучающиеся должны уметь пользоваться и научной литературой для самостоятельной подготовки к занятиям. Обучающиеся также должны научиться, используя различные научные источники, грамотно сформировать и подготовить свое научно обоснованное и логически непротиворечивое выступление на практическом занятии, анализировать конкретные факты общественной жизни, формулировать и обосновывать свое мнение.

Без ясного понимания основных понятий образовательный процесс усложняется. Для повышения эффективности обучения необходимо использовать существующие терминологические справочники и толковые словари.

Контроль самостоятельной работы обучающегося – неотделимый, безусловно, необходимый, элемент организации и управления СР.

Моделирование самостоятельной работы обучающихся:

1. Повторение пройденного теоретического материала.
2. Установление главных вопросов темы.
3. Определение глубины и содержания знаний по теме, составление тезисов по теме.
4. Анализ выполняемой деятельности и ее самооценка.
5. Приобретенные умения и навыки.
6. Составление вопросов по содержанию лекции.

Руководство выполнением самостоятельной работы обучающихся:

Текущее собеседование и контроль.

1. Консультации.
2. Анализ, рецензирование, оценка, коррективы СРС.
3. Подведение итогов и т. д.

Этапы и приемы СРС:

1. Подбор рекомендуемой литературы.
2. Знакомство с вопросами плана семинарского занятия и методической разработки по данной теме.
3. Определение вопросов, по которым нужно прочитать или законспектировать литературу.
4. Составление схем, таблиц на основе текста лекций, учебника, монографии (при необходимости).

Методы и формы организации самостоятельной работы обучающихся

Опрос (О)

При самостоятельной работе по подготовке к опросу обучающемуся необходимо ознакомиться с темой и списком вопросов по теме. Повторить лекционный материал по теме, отметить «проблемные» точки. Определить необходимую литературу из рекомендованной к курсу, также можно воспользоваться интернет – ресурсами и справочно-информационными системами. Сформировать тезисный список ответов на вопросы со своими замечаниями и комментариями. Обучающийся должен быть готов ответить на поставленные вопросы, аргументировать свой вариант ответа, ответить на дополнительные и уточняющие вопросы преподавателя.

Практическое задание (Пз)

Цель самостоятельного выполнения практического задания — осмысление практического опыта с позиций изучаемой дисциплины.

При самостоятельной подготовке к выполнению практического задания необходимо изучить теоретический вопрос по теме. Затем внимательно изучить проблемное поле, на решение которого направлено практическое задание. При возможности собрать практический материал. Важно предложить возможные варианты решения практического задания, применяя теоретические знания и выбрать лучшее из них. Необходимо проанализировать предложенные задания с точки зрения их практической реализации, раскрыв проблемность, характеризующую актуальное состояние изучаемого явления/процесса. Практическое задание учит не только анализу, но и синтезу, благодаря которому делается вывод по проблемному вопросу.

Доклады – презентации (ДП)

При подготовке доклада – презентации обучающиеся самостоятельно изучают группу источников по определённой теме, которая, как правило, подробно не освещается на лекциях.

Цель подготовки доклада – презентации – овладение навыками анализа и краткого изложения изученных материалов в соответствии с требованиями, а также создание наглядных информационных пособий, выполненных с помощью мультимедийной компьютерной программы PowerPoint.

Этот вид работы требует координации навыков обучающегося по сбору, систематизации, переработке информации, оформления ее в виде подборки материалов, кратко отражающих основные вопросы изучаемой темы, в электронном виде, то есть создание докладов - презентаций расширяет методы и средства обработки и представления информации и формирует у студентов навыки работы на компьютере.

Доклады - презентации готовятся студентом в виде слайдов с использованием программы Microsoft PowerPoint. Основные этапы подготовки доклада - презентации:

- выбор темы;
- консультации научного руководителя;
- работа с источниками, сбор материала;
- написание текста доклада;
- оформление рукописи, создание презентационного материала;
- выступление с докладом перед аудиторией.

Подготовка доклада – презентации позволяет обучающемуся основательно изучить интересующий его вопрос, изложить материал в компактном и доступном виде, привести в текст полемику, приобрести навыки научно-исследовательской работы, устной речи, ведения научной дискуссии. В ходе подготовки доклада – презентации могут быть подготовлены раздаточные материалы.

Доклады – презентации могут зачитываться и обсуждаться на семинарских занятиях, студенческих научных конференциях.

Тесты контроля знаний (Т)

Подготовка к тестированию требует от обучающихся тщательного изучения материала по теме или блоку тем, где акцент делается на изучение причинно-следственных связей, раскрытию природы явлений и событий, проблемных вопросов. Для подготовки необходима рабочая программа дисциплины с примерами тестов, учебно-методическим и информационным обеспечением. На кафедре должен быть подготовлен фонд тестов и контрольных заданий, с которыми обучающихся не знакомят

6. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет

6.1. Основная литература

1.Евгеньева, Т. В. Психология массовой политической коммуникации : учебник и практикум для вузов / Т. В. Евгеньева, А. В. Селезнева. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 250 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15715-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/539631>

2.Политическая социология в 2 ч. Часть 1 : учебник и практикум для вузов / Т. В. Евгеньева [и др.] ; под редакцией Т. В. Евгеньевой. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 228 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-06016-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/539633>

3.Политическая социология в 2 ч. Часть 2 : учебник и практикум для вузов / Т. В. Евгеньева [и др.] ; под редакцией Т. В. Евгеньевой. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 231 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-06017-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/539657> (дата обращения: 17.10.2024).

6.2. Дополнительная литература

1.Андреева, Г.М. Социальная психология : учебник для высших учебных заведений / Г.М. Андреева. — 5-е изд., испр. и доп. — Москва : Аспект Пресс, 2018. — 360 с. - ISBN 978-5-7567-0827-1. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1039489> – Режим доступа: по подписке.

6.3. Нормативные правовые документы и иная правовая информация
Использование не предполагается.

6.4. Интернет-ресурсы

Интернет-ресурсы:

- <http://alt.ranepa.ru/> официальный сайт Алтайского филиала РАНХиГС
- Электронные библиотечные системы:
- <http://www.iprbookshop.ru/> - Электронно-библиотечная система IPRbooks
- <http://bookap.info> - «Библиотека психологической литературы» BOOKAP (Booksofthepsychology)
- <http://cyberleninka.ru> научная электронная библиотека «КИБЕРЛЕНИНКА»
- Справочно-информационные системы:
- <http://www.psychology.ru> - Психология на русском языке
- <http://www.nsu.ru/psych/internet-> Психологическая сеть российского Интернета
- <http://psy.piter.com> - Психпортал «Столица сетевой психологии»
- <http://www.psychology.all.ru> - Портал "Психология - вся Россия»
- <http://www.psi-net.ru> - Информационная сеть Российской психологии Psi-net
- Периодические издания:
- <http://www.psyedu.ru> - журнал «Психологическая наука и образование»
- <http://www.voppsy.ru> - журнал «Вопросы психологии»
- <http://psyjournals.ru/exp> - журнал «Экспериментальная психология»
- <http://www.medpsy.ru> - электронный журнал «Медицинская психология в России»
- http://www.mpsu.ru/mag_mir_psychologii_content - журнал «Мир психологии»
- <http://journals.tsu.ru/psychology> - «Сибирский психологический журнал».

6.5 Иные источники.

1.Аронсон, Э. Эпоха пропаганды: Механизмы убеждения, повседневное использование и злоупотребление / Аронсон, Э. Р. Пратканис. — СПб.: Прайм-ЕВРОЗНАК, 2023

7. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы

Для обеспечения учебного процесса по дисциплине Б1.Б.15 «Психология влияния и массовых коммуникаций» филиал располагает учебными аудиториями для проведения занятий лекционного типа, практических занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещениями для самостоятельной работы и помещениями для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования.

Лекционные аудитории оснащены видеопроекторным оборудованием для проведения презентаций, а также средствами звуковоспроизведения; помещения для практических занятий укомплектованы учебной мебелью; библиотека располагает рабочими местами с доступом к электронным библиотечным системам и сети интернет. Все учебные аудитории оснащены компьютерным оборудованием и лицензионным программным обеспечением.

Программное обеспечение:

Microsoft Windows 10 профессиональная

Microsoft Office ProPlus 2016

ESET NOD32 Antivirus Business Edition

система ГАРАНТ

Справочная правовая система КонсультантПлюс

Архиватор 7ZIP

Средство просмотра файлов PDF-формата Adobe Acrobat Reader

Браузер Google Chrome

Браузер Mozilla Firefox