

# АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

## Б1.Б.19 Психология общественных коммуникаций

**Автор: Крымчанинова М. В.**

**Код и наименование направления подготовки, профиля:**

41.03.06 Публичная политика и социальные науки,  
«Публичная политика и государственные стратегии» (Liberal Arts)

**Квалификация (степень) выпускника: бакалавр**

**Форма обучения: очная**

### **Цель освоения дисциплины:**

Сформировать компетенцию по способности применения основ психологии управления для повышения эффективности; способности анализировать тенденции современной глобализации с учетом психологических основ управления.

### **План курса:**

#### Тема 1. Психологические закономерности процесса восприятия в общественной коммуникации.

Образ мира личности как основа восприятия информации. Роль механизма атрибуции в формировании образа мира и моделей поведения аудитории. Установка как состояние внутренней готовности субъекта реагировать определенным образом на объекты действительности или на информацию о них. Когнитивные искажения и их роль в восприятии информации. Источники формирования стереотипов. Концепция стереотипа в работах У. Липпмана и Дж. Цаллера. Проблема устойчивости стереотипа. Массовая коммуникация как источник формирования стереотипов.

#### Тема 2. Психологические механизмы влияния на сознание и поведение аудитории в общественной коммуникации.

Рациональное и эмоциональное в массовой коммуникации. Психологическое воздействие массмедийного дискурса и его результаты. Неопределенность как условие воздействия информации. Манипулирование информацией как способ влияния на поведение. Референтные группы. Воображаемые сообщества. Идентификация с большинством. Идентификация с авторитетом. Особенности использования механизма внушения различными каналами массовой коммуникации.

#### Тема 3. Психология процесса передачи информации в общественной коммуникации.

Способы передачи информации и механизмы их воздействия. Убеждение. Пропаганда и пропагандистские мифы. Роль метафоры в массовой коммуникации. Концепция метафоры Д. Лакоффа и У. Джонсона. Виды и возможности невербального воздействия. Исследования влияния СМИ на спектр обсуждаемых тем в обществе. «Рамочный эффект» воздействия СМИ. Психологические механизмы влияния на поведение личности, используемые в рекламных сообщениях.

#### Тема 4. Масса как объект воздействия в общественной коммуникации.

Конформизм. Социальная перцепция. Эмоциональное заражение. Психология толпы. Инструменты управления массовым сознанием и поведением. Мода как инструмент управления массовым сознанием и поведением. Структура и функции моды. Реклама как

инструмент управления массовым сознанием и поведением.

Тема 5. Психология взаимодействия между источником и получателем в общественной коммуникации

Источник коммуникации. Субъект коммуникации. Манипулирование и формирование доверия. Психология восприятия источника получателем. Способы сокрытия субъекта массовой коммуникации. Этапы исследований эффективности массовой коммуникации. Психологические функции массовой коммуникации. Психологические эффекты массовой коммуникации.

**Формы текущего контроля и промежуточной аттестации:**

В ходе реализации дисциплины «Психология общественных коммуникаций» используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

– при проведении занятий семинарского типа: Доклады (ДКЛ), тестирование (Т), Кейсы (К).

**Основная литература:**

Евгеньева, Т. В. Психология массовой политической коммуникации [Электронный ресурс] : учебное пособие / Т. В. Евгеньева, А. В. Селезнева. — Электрон. текстовые данные. — М. : Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, 2013. — 303 с. — 978-5-19-010845-3. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/54649.html>

Социология и психология массовой коммуникации [Электронный ресурс] : учебное пособие / сост. О. В. Василенко, Е. А. Сиволапова под ред. В. Н. Плаксин. — Электрон. текстовые данные. — Воронеж : Воронежский Государственный Аграрный Университет им. Императора Петра Первого, 2015. — 241 с. — 2227-8397. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/72754.html>

**Дополнительная литература.**

Психологическое воздействие в межличностной и массовой коммуникации [Электронный ресурс] / К. И. Алексеев, Н. А. Алмаев, М. С. Андрианов [и др.] ; под ред. А. Л. Журавлев, Н. Д. Павлова. — Электрон. текстовые данные. — М. : Институт психологии РАН, 2014. — 400 с. — 978-5-9270-0286-3. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/51945.html>