

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования «Российский университет дружбы народов»

Факультет гуманитарных и социальных наук

АННОТАЦИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Образовательная программа 46.04.01 ИСТОРИЯ

Специализация «Всемирная история и массовые коммуникации»

Наименование дисциплины	Психология массовой коммуникации. Комплексный анализ информации
Объем дисциплины	4 ЗЕ (144 час.)
Краткое содержание дисциплины	
Название разделов (тем) дисциплины	Краткое содержание разделов (тем) дисциплины:
Массовая коммуникация как объект социально-психологического исследования	Тема 1. Массовая коммуникация как объект социально-психологического исследования Общение и коммуникация. Виды коммуникаций. Сравнение массовой и межличностной коммуникации. Функции массовой коммуникации Тема 2. Теоретические подходы к изучению эффектов массовой коммуникации Модель «неограниченных эффектов». Концепции ограниченного воздействия. Концепции умеренного воздействия
Участники, способы и инструменты коммуникативного процесса в контексте массовой коммуникации	Тема 3. Роль коммуникатора в условиях массовой коммуникации. Структура и функции коммуникатора в массовой коммуникации. Психологические особенности личности коммуникатора. Образ коммуникатора. Тема 4. Анализ каналов массовой коммуникации Характеристика прессы. Характеристика радио. Характеристика телевидения. Характеристика Интернета. Тема 5. Аудитория средств массовой коммуникации Свойства, механизмы образования аудитории. Поведенческие закономерности медиааудитории. Социальные стереотипы и установки медиааудитории Тема 6. Психологический анализ сообщений массмедиа Новости как предмет массмедиакоммуникации. Типология новостей. Тема 7. Стереотип и установка в массовой коммуникации

	Значение стереотипа и установки в восприятии информации массовых коммуникаций. Роль рекламных и PR-коммуникаций в формировании стереотипов и установок
Методы психологического воздействия средств массовой коммуникации	Тема 8. Особенности «психологии телевидения» Психологические эффекты телевидения. Тема 9. Методы психологического воздействия средств массовой коммуникации Заражение. Внушение. Подражание. Вовлечение
Современные тенденции в развитии массовых коммуникаций	Тема 10. Взаимовлияние технологий и коммуникационных процессов на рубеже XX-XXI веков Журналистика сиюминутности. Значение интерактива в развитии массовых коммуникаций. Тема 11. Современные тенденции в развитии массовых коммуникаций Понятие краудсорсинга в психологии массовых коммуникаций. Понятие просьюмеризма в массовых коммуникациях. Тема 12. Интерактивность как характерная черта современности в развитии массовых коммуникаций Значение интерактивности в развитии массовых коммуникаций.

Разработчиками являются

профессор кафедры всеобщей истории С.А. Воронин,
должность, наименование кафедры, инициалы, фамилия

ассистент кафедры всеобщей истории Е.А. Бакина

Заведующий кафедрой всеобщей истории

название кафедры



подпись

С.А. Воронин

инициалы, фамилия