

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Ястребов Олег Александрович
Должность: Ректор
Дата подписания: 20.06.2025 09:47:29
Уникальный программный ключ:
sa953a0120d891083f939673078ef1a989dae18a

**Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
«Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы»**

Филологический факультет

(наименование основного учебного подразделения (ОУП)-разработчика ОП ВО)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

МЕДИАПСИХОЛОГИЯ

(наименование дисциплины/модуля)

Рекомендована МССН для направления подготовки/специальности:

42.03.02 ЖУРНАЛИСТИКА

(код и наименование направления подготовки/специальности)

Освоение дисциплины ведется в рамках реализации основной профессиональной образовательной программы высшего образования (ОП ВО):

ЖУРНАЛИСТИКА

(наименование (профиль/специализация) ОП ВО)

2025 г.

1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Медиапсихология» входит в программу «Журналистика» по направлению 42.03.02 «Журналистика» и изучается в семестре курса. Дисциплину реализует Кафедра массовых коммуникаций. Дисциплина состоит из 3 разделов и 8 тем и направлена на изучение следующих задач: • формирование у студентов знаний психологических принципов коммуникации; • выявление их индивидуальности и подготовки к самостоятельной творческой работе в современных условиях; • формирование умения создания культурно-просветительской рыночной продукции; • овладение новыми формами и жанрами подачи материала; • формирование умения эффективно использовать знания методов воздействия медиа.

Целью освоения дисциплины является изучение закономерностей влияния средств массовой коммуникации на представления, эмоции и поведение людей.

2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Освоение дисциплины «Медиапсихология» направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций (части компетенций):

Таблица 2.1. Перечень компетенций, формируемых у обучающихся при освоении дисциплины (результаты освоения дисциплины)

Шифр	Компетенция	Индикаторы достижения компетенции (в рамках данной дисциплины)
ПК-2	Способен организовывать процесс создания журналистского текста и (или) продукта	ПК-2.1 Придерживается установленного графика в процессе создания журналистского текста и (или) продукта; ПК-2.2 Распределяет свои трудовые ресурсы в соответствии с решаемыми профессиональными задачами и возникающими обстоятельствами;
ПК-3	Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта	ПК-3.1 Осуществляет поиск темы и выявляет существующую проблему; ПК-3.2 Получает информацию в ходе профессионального общения с героями, свидетелями, экспертами и фиксирует полученные сведения. Соблюдает профессиональные этические нормы на всех этапах работы;

3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП ВО

Дисциплина «Медиапсихология» относится к .

В рамках образовательной программы высшего образования обучающиеся также осваивают другие дисциплины и/или практики, способствующие достижению запланированных результатов освоения дисциплины «Медиапсихология».

Таблица 3.1. Перечень компонентов ОП ВО, способствующих достижению запланированных результатов освоения дисциплины

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики*	Последующие дисциплины/модули, практики*
ПК-2	Способен организовывать процесс создания журналистского текста и (или) продукта	Профессионально-ознакомительная практика; Введение в специальность; Работа журналиста в газете;	Преддипломная практика;
ПК-3	Способен осуществлять	Общество и СМИ Западной	Журналистика стран Азии,

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики*	Последующие дисциплины/модули, практики*
	авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта	<i>Европы**</i> ; <i>Техника речи в эфире**</i> ; Профессионально-ознакомительная практика;	Африки и Латинской Америки; <i>Спортивная телевизионная журналистика**</i> ; <i>Работа журналиста в эфире**</i> ; <i>Языковые и стилистические особенности экономических медиатекстов**</i> ; Преддипломная практика;

* - заполняется в соответствии с матрицей компетенций и СУП ОП ВО

** - элективные дисциплины /практики

4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Таблица 5.1. Содержание дисциплины (модуля) по видам учебной работы

Номер раздела	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела (темы)		Вид учебной работы*
Раздел 1	Введение в психологию и медиапсихологию.	1.1	Место психологии в системе научного знания и практической деятельности. Исторические предпосылки развития медиапсихологии.	ЛК, СЗ
Раздел 2	Психология имиджа. Психологические особенности вирусного контента. Невербальные психологические особенности воздействия СМК. Вербальные психологические особенности воздействия СМК.	2.1	Имидж в системе массовой коммуникации. Позиционирование и воздействие на различные группы аудитории. Понятие целевой аудитории.	ЛК, СЗ
		2.2	Сегментирование целевой аудитории. Создание легенды компании.	ЛК, СЗ
		2.3	Психологические особенности создания вирусного контента.	ЛК, СЗ
		2.4	Невербальные приемы воздействия на аудиторию. Паравербальные и иные сигналы. Психологические особенности воздействия музыки в рекламе.	ЛК, СЗ
		2.5	Вербальные приемы воздействия на аудиторию. Когнитивные искажения. Развитие критического мышления.	ЛК, СЗ
Раздел 3	Психология творчества. Психологическое (ментальное) здоровье журналиста.	3.1	Психологические особенности развития креативного мышления.	ЛК, СЗ
		3.2	Психологические проблемы журналистики. Психология стресса. Синдром эмоционального выгорания. Искусство как форма выхода из творческих и психологических кризисов.	ЛК, СЗ

Номер раздела	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела (темы)	Вид учебной работы*

* - заполняется только по **ОЧНОЙ** форме обучения: ЛК – лекции; ЛР – лабораторные работы; СЗ – практические/семинарские занятия.

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Таблица 6.1. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Тип аудитории	Оснащение аудитории	Специализированное учебное/лабораторное оборудование, ПО и материалы для освоения дисциплины (при необходимости)
Лекционная	Аудитория для проведения занятий лекционного типа, оснащенная комплектом специализированной мебели; доской (экраном) и техническими средствами мультимедиа презентаций.	
Семинарская	Аудитория для проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оснащенная комплектом специализированной мебели и техническими средствами мультимедиа презентаций.	
Для самостоятельной работы	Аудитория для самостоятельной работы обучающихся (может использоваться для проведения семинарских занятий и консультаций), оснащенная комплектом специализированной мебели и компьютерами с доступом в ЭИОС.	

* - аудитория для самостоятельной работы обучающихся указывается **ОБЯЗАТЕЛЬНО!**

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Основная литература:

1. 1. Ждан А.Н. История психологии. От Античности до наших дней: Учебник для вузов. — 5-е изд., перераб. и доп. — М.: Академический Проект, 2004. — 576 с. — («Gaudeamus», «Классический университетский учебник»).
2. Жижина М. В. Медиапсихология: исторический экскурс в становление научной дисциплины // Psychology. Historical-critical Reviews and Current Researches. 4`2016.
3. Виноградова, С. М. Психология массовой коммуникации : учебник для вузов / С. М. Виноградова, Г. С. Мельник. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 443 с. — (Высшее образование).
4. Лагунова Е. А. Невербальные средства коммуникации. Текст научной статьи по специальности «СМИ (медиа) и массовые коммуникации».
5. Ефремова О. К. К вопросу о роли музыки в рекламных сообщениях. Текст научной статьи по специальности «Искусствоведение».
6. Лэнгле А. Эмоциональное выгорание с позиций экзистенциального анализа:

теоретическое исследование // Вопросы психологии. 2008. №2. С. 3-16.
7. И. Ю. Шишлов, статья «Использование понятий имидж, репутация, бренд специалистами по рекламе и PR».

2.

Дополнительная литература:

1. 1. Выготский Л.С. Психология развития человека. — М.: Изд-во Смысл; Эксмо, 2005. — 1136 с.
2. Енина, Л. В. Практика журналистского общения : [учеб. пособие] / Л. В. Енина, В. Ф. Зыков ; М-во образования и науки Рос. Федерации, Урал. федер. ун-т. — Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2016. — 76 с.
3. Фрейд З. Психология масс и анализ человеческого Я / Зигмунд Фрейд [пер. с нем. Я. Коган]. — Москва : Издательство «Э», 2016. — 96 с. — (Minibook).
4. Ученкова В. В., Старых Н. В. История рекламы. СПб.: Питер, 2002. 304 с.
5. Лебедев-Любимов А. Н. Психология рекламы / А. Н. Лебедев Любимов — «Питер», 2002 — (Мастера психологии).
6. Джи Б. Имидж фирмы. Планирование, формирование, продвижение. — СПб.: Издательство «Питер», 2000. — 224 с , ил. — (Серия «Теория и практика менеджмента»).
7. Кэмпбелл Дж. Тысячеликий герой. Москва : Рефл-бук, АСТ; Киев : Ваклер, 1997. 384 с.
8. Пропп В.Я. Исторические корни волшебной сказки. Л., 1986. 364 с.
9. Франкл В. Ф83 Человек в поисках смысла: Сборник: Пер. с англ. и нем. / Общ. ред. Л. Я. Гозмана и Д. А. Леонтьева; вст. ст. Д. А. Леонтьева. — М.: Прогресс, 1990. — 368с: ил. — (Б-ка зарубежной психологии).
10. Юнг, Карл Густав Аналитическая психология: теория и практика : Тавистокские лекции Карл Густав Юнг ; [пер. с нем. Валерия Зеленского]. - Санкт-Петербург : Азбука-классика, 2007. — 236
11. Новиков, Д.В. Теория и практика связей с общественностью: учеб. пособие / Д.В. Новиков. — Комсомольск-на-Амуре: ФГБОУ ВПО «КНАГТУ», 2013. — 91 с.
12. Селье Г. Стресс без дистресса. М., 1992.
13. И.В. Кирия, А.А. Новикова. История и теория медиа; Москва; 2017 ISBN 978-5-7598-1614-0.
14. Колотаев Владимир Алексеевич ПУТЬ ГЕРОЯ, ИДЕНТИЧНОСТЬ И СТАДИИ ЖИЗНЕННОГО ЦИКЛА В КИНОИСКУССТВЕ // Вестн. Том. гос. ун-та. Культурология и искусствоведение. 2021. №43. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/put-geroya-identichnost-i-stadii-zhiznennogo-tsikla-v-kinoiskusstve>.
15. Ивандаева Елизавета Константиновна Вирусный маркетинг в паблике Burger King Russia в социальной сети ВКонтакте как способ продвижения товара // Медиасреда. 2019. №2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/virusnyy-marketing-v-pablike-burger-king-russia-v-sotsialnoy-seti-vkontakte-kak-sposob-prodvizheniya-tovara>.
16. Канашина С.В. Что такое интернет-мем? // Вопросы журналистики, педагогики, языкознания. 2017. №28 (277). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/chto-takoe-internet-mem>.
17. Гулюк Николай Витальевич, Зарубина Анастасия Анатольевна Анализ и применение вирусного маркетинга в России и за рубежом // Бизнес-образование в экономике знаний. 2015. №1 (1). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/analiz-i-primeneniye-virusnogo-marketinga-v-rossii-i-za-rubezhom>.
18. НЕВЕРБАЛЬНЫЕ ЖУРНАЛИСТСКИЕ ПРИЁМЫ ВОЗДЕЙСТВИЯ, ИХ ОСОБЕННОСТИ И ЗНАЧЕНИЕ В СОВРЕМЕННОМ ИНТЕРНЕТ-БРЕНДИНГЕ Текст научной статьи по специальности «СМИ (медиа) и массовые коммуникации» Вакку Г.В. Лебедева С.Э. Мельникова Ю.А.

2.

Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

1. ЭБС РУДН и сторонние ЭБС, к которым студенты университета имеют доступ на основании заключенных договоров

- Электронно-библиотечная система РУДН – ЭБС РУДН

<https://mega.rudn.ru/MegaPro/Web>

- ЭБС «Университетская библиотека онлайн» <http://www.biblioclub.ru>

- ЭБС Юрайт <http://www.biblio-online.ru>

- ЭБС «Консультант студента» www.studentlibrary.ru

- ЭБС «Знаниум» <https://znanium.ru/>

2. Базы данных и поисковые системы

- Sage <https://journals.sagepub.com/>

- Springer Nature Link <https://link.springer.com/>

- Wiley Journal Database <https://onlinelibrary.wiley.com/>

- Научометрическая база данных Lens.org <https://www.lens.org>

Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся при освоении дисциплины/модуля:*

1. Курс лекций по дисциплине «Медиапсихология».

* - все учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся размещаются в соответствии с действующим порядком на странице дисциплины **в ТУИС!**

РАЗРАБОТЧИК:

<i>Должность, БУП</i>	<i>Подпись</i>	Еременко Елизавета Александровна <i>Фамилия И.О.</i>

РУКОВОДИТЕЛЬ БУП:

Заведующий кафедрой <i>Должность БУП</i>	<i>Подпись</i>	Барабаш Виктор Владимирович [М.](вн. совм.) Заведу <i>Фамилия И.О.</i>

РУКОВОДИТЕЛЬ ОП ВО:

Ведущий научный сотрудник <i>Должность, БУП</i>	<i>Подпись</i>	Барабаш Виктор Владимирович <i>Фамилия И.О.</i>