

МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ З КУРСУ
МАСМЕДІЙНА ПСИХОЛОГІЯ

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЖИТОМИРСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ІВАНА ФРАНКА**

МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ

Масмедійна психологія

Житомир - 2018

*Рекомендовано до друку на засіданні вченої ради
Житомирського державного університету імені Івана Франка
(протокол №4 від 30 листопада 2018 року)*

Рецензенти:

Якимчук І.П. – кандидат психологічних наук, доцент кафедри психології Уманського державного педагогічного університету імені Павла Тичини.

Дубравська Н.М. – кандидат психологічних наук, завідувач кафедри психології Житомирської філії ПВНЗ «Київського інституту бізнесу та технологій» ТОВ.

М54 Методичні рекомендації до курсу «Масмедійна психологія» / укладачі: К. А. Марчук, Л. О. Котлова – Житомир: Вид-во ЖДУ ім. І. Франка, 2018. – 47 с.

У цьому навчально-методичному виданні представлені методичні рекомендації для самостійної роботи студентів із навчальної дисципліни «Масмедійна психологія». Методичні рекомендації складаються зі вступу, розподілу навчальних годин на модулі, тем лекційного курсу дисципліни, інструктивно-методичних матеріалів до практичних занять, а також до самостійної роботи студентів, наявні завдання та вимоги до підсумкових модульних робіт і до заліку, список рекомендованої літератури.

Методичні рекомендації укладені на допомогу студентам спеціальності 061 «Журналістика»; адресовані також викладачам, які працюють із дисциплінами, дотичними до масмедійної психології.

ЗМІСТ

	Передмова	6
1.	Загальні положення.....	8
2.	Загальні рекомендації до організації самостійної роботи студентів...	10
3.	Структура навчальної дисципліни	12
4.	Модуль 1. Творчість як психологічний феномен. Формування творчої особистості.....	13
5.	Модуль 2. Психологічні особливості літературної творчості.....	20
6.	Вимоги до ПМР.....	29
7.	Вимоги до заліка.....	29
8.	Рекомендована література до курсу.....	31

ПЕРЕДМОВА

Основною метою викладання дисципліни «Масмедійна психологія» є формування у майбутніх журналістів системи знань із масмедійної психології, спрямованої на вивчення процесу впливу засобів індивідуальної та масової комунікації на емоції і поведінку людини. Курс спрямований на розвиток у майбутніх журналістів основних умінь, які дадуть їм можливість на високому професійному рівні здійснювати емпіричні дослідження, спрямовані на опис і пояснення емоцій та поведінки людини під впливом засобів індивідуальної та масової комунікації.

Методичні рекомендації до курсу «Масмедійна психологія» розроблені на допомогу студентам у підготовці до семінарських занять та підсумкового контролю.

У методичних рекомендаціях представлено структуру навчальної дисципліни, тематику лекційних занять, план та основні завдання до кожного семінарського заняття, наведено рекомендовану основну та додаткову літературу, означено основні вимоги та критерії до оцінювання знань студентів, окреслено коло питань, які виносяться на підсумковий контроль.

ЗАГАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ

Програму дисципліни «Масмедійна психологія» складено відповідно до місця та значення дисципліни за структурно-логічною схемою, передбаченою освітньо-професійною програмою магістратури зі спеціальності 061 Журналістика.

Теоретичну основу курсу «Масмедійна психологія» склали напрацювання зарубіжних та вітчизняних психологів, як от З. Фрейд, А. Адлер, К. Хорні, Е. Фромм, К.Г. Юнг, У. Мак-Дугалл, С. Сигеле, К. Лоренц, Н. Тінберген, Л. Берковитц, Д. Доллард, А. Басс, А. Бандура, Р. Сірс, Д. Морено, Г. Гурвіч, Э. Дженігс, С. Додд, У. Найссер, Дж. Келлі, Ч. Осгуд, П. Танієнбаум, Ф. Хайдер, Л. Фестингер, Э. Торндайк, Дж. Уотсон, Г. Лассуелл та ін.; В.М. Бехтерєв, І. І. Павлов, І.М. Сечєнов, Л.С. Виготський, Б.Г. Ананьєв, Л.Р. Лурія, С.Л. Рубінштейн, Б.М. Теплов, Д.Н. Узнадзе та ін., а також сучасних дослідників масово-комунікаційних процесів: Дж. Клаппера, К. Ховленда, Е. Купера, М. Ягоди, Б. Берельсона, Х. Года, У. Мак-Фі та ін.

Предметом вивчення «Масмедійної психології» є процес впливу засобів індивідуальної та масової комунікації на емоції і поведінку людини. Основне завдання масмедійної психології: опис і пояснення емоцій та поведінки людини під впливом засобів індивідуальної та масової комунікації.

Міждисциплінарні зв'язки: загальна психологія, психологія особистості, психологія масової поведінки, політична психологія, психологія масової комунікації, психологія реклами, етнопсихологія, психосемантика, експериментальна психологія, психологія творчості та ін.

Програма навчальної дисципліни складається з таких **змістових модулів**:

1. Історія становлення масмедійної психології
2. Масмедійна психологія у системі сучасної масмедійної діяльності
3. Психологія особистості журналіста.
4. Психологія журналістської творчості.
5. Психологія споживача масової інформації.

МЕТА І ЗАВДАННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Основною **метою** викладання дисципліни «Масмедійна психологія» є формування у майбутніх журналістів системи знань із масмедійної психології, яка базується на провідних напрямках сучасної психології та філології.

1.2. Основними **завданнями** курсу є вивчення таких проблем, як:

- становлення масмедійної психології як науки;
- методи досліджень;
- комунікація як особистісна проблема;
- особливості масової комунікації;

- теорії масової комунікації;
- особливості масовокомунікаційного впливу;
- специфіка журналістського мислення;
- психологія журналістської творчості;
- психологічні особливості медіатексту;
- психологічні особливості споживача ЗМІ;
- Типологія аудиторії ЗМІ;
- Психологія реклами та ін.

В результаті вивчення курсу студент повинен **знати**:

- психологічні, філологічні витоки теоретичної масмедійної психології, ідеї провідних вітчизняних і зарубіжних науковців, які лежать в її основі;
- методологічні та методичні особливості досліджень у галузі масмедійної психології;
- сутність наукових понять, що описують особливості впливу медіа на особистісну та масову свідомість;
- суть теорій масової комунікації;
- психологічні особливості масовокомунікаційного впливу;
- особливості перебігу психічних процесів особистості журналіста;
- особливості процесу сприймання інформації реципієнтом;
- психологічні особливості аудиторії ЗМІ;

У процесі вивчення курсу «Масмедійна психологія» студент повинен **вміти**:

- формувати цілісний образ сучасного журналіста;
- розрізняти різні типи масовокомунікаційного впливу, встановлювати їх основні ознаки;
- адаптовувати сучасні методики масмедійної психології у своїй навчально-науковій роботі;
- застосовувати на практиці знання про особливості масової комунікації.
- працювати з журналістським матеріалом, керуючись основними правилами роботи з медіатекстом.

Навчальна дисципліна «Практикум з галузевої психології» викладається на I курсі, в I семестрі.

На вивчення навчальної дисципліни відводиться 90 годин, 3 кредити ЄКТС.

Форма проведення занять: лекції, практичні заняття.

Логіка і структура курсу «Масмедійна психологія» та передбачені цією програмою методи дослідження дозволять студентам здобути комплекс знань, вмінь і навичок, необхідних як для застосування у подальшій професійній діяльності, так і при проведенні самостійних наукових досліджень під час написання дипломних і курсових робіт.

РЕКОМЕНДАЦІЇ ДО ОРГАНІЗАЦІЇ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ

Самостійна робота здійснюється студентом відповідно до передбаченої освітньо-професійної програми і є невід’ємною складовою вивчення навчальної дисципліни. Самостійна робота спрямована на:

- опрацювання теоретичних джерел, запропонованих у методичних рекомендаціях із дисципліни при підготовці до практичних занять;
- опрацювання додаткових матеріалів (першоджерел, статей)
- підготовка повідомлень, доповідей, рефератів, презентацій;
- виконання творчих, практичних, професійно-орієнтованих завдань;
- підготовка і проведення емпіричного дослідження, обробка результатів, розробка презентації результатів дослідження.
- підготовка до підсумкових модульних робіт, тем для самостійного опрацювання;
- підготовка до заліку.

Опрацювання теоретичних джерел дозволяє студентові підібрати матеріал до теми, структурувати його відповідно до питань, включених до плану практичного заняття.

Цей етап підготовки пропонуємо здійснювати за алгоритмом:

1. Почніть із уважного вивчення плану семінарського заняття, списку рекомендованої літератури (якщо у вас виникли проблеми з пошуком літературних джерел, або що – зверніться до викладача).
2. Підготуйте короткий конспект до кожного питання, враховуючи розкриття основних понять, які винесені на обов’язкове вивчення у плані семінарського заняття.
3. Означте питання, які потребують глибшого вивчення, додаткових джерел.
4. Проаналізуйте, який аспект запропонованої теми розкриває кожне з питань, як вони пов’язані між собою.
5. Спробуйте графічно представити ці зв’язки (створити схеми, таблиці, малюнки, які розкриватимуть структуру матеріалу), підберіть тренувальний матеріал (наприклад, тести або творчі завдання з теми).
6. Подумайте над представленням Вашої відповіді на занятті: вголос прочитайте конспект, підготуйте необхідний реквізит (це може бути

роздатковий матеріал, відео- або фото презентація, книги, відеоролики, що стосуються теми тощо, тести і завдання, розроблені Вами для перевірки знань однокласників і т. д.).

7. Підготуйте питання щодо аспектів теми, які залишилися для вас нез'ясованими. На занятті поставте їх викладачеві та однокласникам.

Опрацювання першоджерел передбачає аналіз окремих статей із фахових журналів, розділів монографій або хрестоматій, які містять матеріал із теми, задля поглибленого вивчення окремих її аспектів.

На цьому етапі підготовки слід здійснювати роботу над літературою за такими етапами:

1. У бібліотеці або в електронних джерелах (відповідно до рекомендацій викладача, викладених у ІММ) знайдіть необхідне першоджерело, прочитайте текст.
2. Напишіть тезовий конспект: ваші власні короткі умовиводи щодо змісту прочитаного.
3. Поміркуйте: як матеріал, викладений у прочитаному Вами тексті, пов'язаний із темою, яке питання висвітлює, які з понять розкриває?
4. Будьте готові відповідати на питання викладача щодо змісту статті.
5. Підготуйте питання, якщо не зрозуміли окремі аспекти викладеного матеріалу.

Підготовка повідомлень, доповідей, рефератів, презентацій.

Реферат – це мініатюрний варіант наукової роботи. Його написання – процес, що передбачає глибокий та детальний аналіз наукової проблеми, тому, обираючи тему реферата, враховуйте власні наукові інтереси, об'єктивно оцінюйте власні сили, знання і вміння. Здійснювати роботу слід поетапно:

- Ознайомтеся з вимогами щодо написання реферата (вимоги до оформлення, обсягу, формування змісту).
- Опрацюйте доступну Вам літературу у межах теми, відберіть ту, яка найбільш повно розкриває тему, можливо, містить цікавий, малодосліджений аспект.
- Сформууйте черновий список літератури.
- Відповідно до відібраного матеріалу складіть план реферата.
- Формуючи текст до кожного з питань реферата, пам'ятайте про доброчесність щодо чужого матеріалу (використовуйте посилання), на основі систематизації опрацьованого матеріалу робіть власні умовиводи.
- Зробіть висновки щодо розкритої у рефераті теми, підсумуйте вище написане.
- Звірте посилання, наявні у тексті реферату із списком використаної літератури.
- Будьте готові виступати з рефератом на занятті.

Доповідь або повідомлення можуть стосуватися розкриття якогось окремого аспекта теми, який залишився «за кадром» плану практичного заняття, розкривати цікавий, несподіваний аспект теми тощо. Ці види роботи можуть бути передбачені в ІММ або підготовлені студентами у ході роботи над матеріалом практичного заняття.

Підготовка до підсумкової модульної роботи (ПМР) та заліка має на меті узагальнення та систематизацію знань з окремого модуля або дисципліни у цілому.

Алгоритм виконання

- Ознайомтеся з переліком питань та завдань до ПМР або заліку.
- Перегляньте зміст кожного питання, користуючись власними конспектами або джерелами, запропонованими в ІММ у списку літератури до курсу.
- Визначте рівень знань з кожного питання.
- Визначте питання, які потребують ретельнішої підготовки (опрацювання додаткової літератури, складання конспектів, схем, виконання окремих завдань тощо). Сформуйте власний конспект із матеріалом цих питань.

Примітка: якщо у процесі підготовки ви маєте труднощі у підготовці окремих теоретичних питань або при виконанні практичних чи творчих завдань, то можете звернутися за консультацією до викладача.

Пам'ятайте: викладач може зарахувати вам залік автоматично за таких умов:

- Ви активно відвідуєте лекції та практичні заняття (не менше 80 %);
- маєте дві оцінки за усні відповіді (відповідь на практичному занятті, виступ з доповіддю або повідомленням, захист реферата тощо);
- виконали усі завдання із рубрики «Завдання для самостійної роботи», винесені до кожного практичного заняття.
- успішно захистили звіт із дослідження літературно обдарованої особистості.

Модуль 1. Масмедійна психологія як наука. Основні теоретичні проблеми дисципліни

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин											
	Денна форма					Заочна форма						
	Всього	У тому числі					Всього	У тому числі				
		Л.	П	Лаб.	Інд	С.р		Л.	П.	Л аб .	Ін д.	С. р.

Модуль 1. Масмедійна психологія як наука. Основні теоретичні проблеми дисципліни											
Змістовий модуль 1. Історія становлення масмедійної психології											
Тема 1. Масмедійна психологія як наука		2									
Тема 2. Масмедійна психологія та суміжні науки											
Разом за змістовим модулем											
Змістовий модуль 2. Масмедійна психологія у системі сучасної масово-комунікаційної діяльності											
Тема 3. Масова комунікація як явище		2									
Тема 4. Поняття про масову комунікацію			2								
Тема 5. Маси та масова свідомість		2									
Тема 6. Теорії мас			2								
Тема 7. Особливості масовокомунікаційного впливу		2	2								
Разом за змістовим модулем		8	6								
Всього за модуль		8	6								

Лекційний курс:

Тема 1. Масмедійна психологія як наука

Мета: Сформувати у студентів уявлення про медіапсихологію як науку про особливості сприймання, інтерпретації, реакції індивіда на насичений медіа-світ.

Професійна спрямованість: уміння визначати об'єкт та предмет досліджуваної теми, встановлювати міждисциплінарні зв'язки.

План

1. Мас-медіа як засіб звернення до масової аудиторії
2. Особливості медіавпливу
3. Предмет, мета та завдання масмедійної психології
4. Принципи, функції та методи масмедійної психології

5. Медіапсихологія у контексті психології: зв'язки та взаємовпливи

Основні поняття	<i>Мас-медіа, ЗМІ, масова аудиторія, масмедійна психологія, медіавплив, інформація</i>
------------------------	--

Література:

1. Олешко. В. Ф. Психологія журналістики: [учебное пособие] / В. Ф. Олешко. – Екатеринбург: из-во Уральського ун-та, 2014. - 476 с.
2. Шестерина А. М. Психологія журналістики / А. М. Шестерина. - Воронеж: из-во Воронеж. гос. ун-та, 2010.
3. Петер Винтерхофф-Шпурк. Медіапсихологія. Основные принципы. / пер. с нем. – Х.: изд-во Гуманитарный Центр. 2007.- 288 с.

Контрольні запитання і завдання:

1. У чому полягають основні функції мас-медіа?
2. У чому полягає медіавплив?
3. Які основні завдання масмедійної психології?
4. Назвіть основні принципи масмедійної психології.
5. Якими науковими методами вона послуговується?
6. Охарактеризуйте зв'язки медіапсихології з іншими галузями психологічного знання.

Тема 2. Масова комунікація як явище

Мета: формувати у студентів уявлення про особливості масової комунікації як явища та процесу, розкрити особливості розвитку масової комунікації.

Професійна спрямованість: уміння здійснювати порівняльний аналіз різних форм масової комунікації.

План

1. Поняття про масову комунікацію
2. Розвиток масової комунікації
3. Новітній етап розвитку масового спілкування
4. Процес масової комунікації
5. Форми масової комунікації

Основні поняття	<i>Мас-медіа, , інформація, комунікація, масова комунікація, масове спілкування, мовець, автор, відчуження твору, віртуальна масова комунікація, штучні маси, комунікат,</i>
------------------------	--

Література:

1. Олешко. В. Ф. Психология журналистики: [учебное пособие] / В. Ф. Олешко. – Екатеринбург: из-во Уральского ун-та, 2014. - 476 с.
2. Шестерина А. М. Психология журналистики / А. М. Шестерина. - Воронеж: из-во Воронеж. гос. ун-та, 2010.
3. Петер Винтерхофф-Шпурк. Медиапсихология. Основные принципы. / пер. с нем. – Х.: изд-во Гуманитарный Центр. 2007.- 288 с.
4. Різун В. В. Теорія масової комунікації / В. В. Різун. – К.: Просвіта, 2008.

Тема 3. Маси та масова свідомість

Мета: Сформувати у студентів уявлення про особливості існування мас та масової свідомості, знання про структуру та властивості масової свідомості.

Професійна спрямованість: уміння характеризувати властивості масової свідомості, механізм формування суспільної думки

План

1. Зміст поняття масової свідомості
2. Структура масової свідомості
3. Властивості масової свідомості
4. Суспільна думка

Основні поняття	<i>Масова свідомість, структура масової свідомості, зміст масової свідомості, блок соціальних очікувань і оцінок, блок мінливих думок і настроїв людей, блок соціально-політичних цінностей; основні характеристики масової свідомості: емоційність, мозаїчність, мінливість, суперечливість, неоднорідність, аморфність.</i>
------------------------	---

Література:

1. Ольшанский Д. В. Психология масс. — СПб.: Питер, 2001.
2. Грушин Б. Массовое сознание. Опыт определения и исследования. — М.: Наука, 1979.
3. Корнев М. Н., Фомічова В. М. Психологія масової поведінки. — К., 2000.
4. Крысько В.Г. Социальная психология: словарь-справочник. — Мн.: Харвест, 2001. — 688 с.

5. Лебон Г. Психология народов и масс. — СПб., 1896.
6. Парыгин Б. Д. Общественное настроение, его природа и динамика // Проблемы общественной психологии. — М.: Мысль, 1965.
7. Парыгин Б. Д. Общественное настроение. — М.: Мысль, 1966.
8. Психология масс: Хрестоматия / Ред.-сост. Д. Я. Райгородский. — Самара: БАХРАХ-М, 2001.
9. Різун В. В. Маси: Тексти лекцій. — К.: ВПЦ «Київський університет», 2003. — 118 с.
10. Социология: Энциклопедия / Состав.: А. А. Грицанов и др. — Минск: Книжный Дом, 2003. — 1312 с.

Тема 4. Особливості масовокомунікаційного впливу

Мета: Сформувати у студентів уявлення про особливості масового впливу як комунікаційного процесу, технології, засоби, техніки масовокомунікаційного впливу.

Професійна спрямованість: уміння здійснювати порівняльний аналіз засобів та технік масовокомунікаційного впливу, визначати їх ефективність відповідно до ситуації

План

1. Масовий вплив як комунікаційний процес.
2. Види масовокомунікаційного впливу.
3. Технологія масовокомунікаційного впливу.
4. Засоби масовокомунікаційного впливу.
5. Техніки масовокомунікаційного впливу.

Основні поняття	<i>Масова свідомість, масовий вплив, комунікаційний процес, масовокомунікаційний вплив, медіа, ЗМІ, факт, оцінка, коментар, оцінне судження, політична культура, новина, масифікація, масова аудиторія, медіакористувач, реклама, пропаганда, інформаційні технології, симуляція.</i>
----------------------------	---

Література:

1. Ольшанский Д. В. Психология масс. — СПб.: Питер, 2001.
2. Грушин Б. Массовое сознание. Опыт определения и исследования. — М.: Наука, 1979.
3. Корнєв М. Н., Фомічова В. М. Психологія масової поведінки. — К., 2000.
4. Крысько В.Г. Социальная психология: словарь-справочник. — Мн.: Харвест, 2001. — 688 с.

5. Лебон Г. Психология народов и масс. — СПб., 1896.
6. Парыгин Б. Д. Общественное настроение, его природа и динамика // Проблемы общественной психологии. — М.: Мысль, 1965.
7. Парыгин Б. Д. Общественное настроение. — М.: Мысль, 1966.
8. Психология масс: Хрестоматия / Ред.-сост. Д. Я. Райгородский. — Самара: БАХРАХ-М, 2001.
9. Різун В. В. Маси: Тексти лекцій. — К.: ВПЦ «Київський університет», 2003. — 118 с.
10. Социология: Энциклопедия / Состав.: А. А. Грицанов и др. — Минск: Книжный Дом, 2003. — 312 с

ПРАКТИЧНІ ЗАНЯТТЯ

Практичне заняття № 1.

Тема. Поняття про масову комунікацію

Мета: Сформувати у студентів уявлення про масову комунікацію як явище, її природу, основні функції та форми існування.

Професійна спрямованість: уміння розрізняти різні форми масової комунікації.

План

1. Розвиток масової комунікації
 - дописемний етап доіндустріального періоду
 - писемний етап доіндустріального періоду
 - друкарський етап індустріального періоду.
 - аудіовізуальний етап індустріального періоду
 - новітній період розвитку масового спілкування
2. Природа масової комунікації
3. Структура масової комунікації
4. Форми масової комунікації

Основні поняття	<i>Масова комунікація, доіндустріальний період, індустріальний період, автор, мовець, віртуальна масова комунікація, штучні маси, комунікат, комунікант, повідомлення, пасивні і активні маси, аудиторія, маніпуляція.</i>
------------------------	--

Завдання для самостійної роботи

1. Підберіть матеріал (текстовий, відеоматеріал), який розкривав би питання використання масовокомунікаційних засобів, методів, технік, технологій у виборчих кампаніях, інформаційних війнах і т. д.
2. Охарактеризуйте ефективність їх використання.

Література:

1. Олешко. В. Ф. Психология журналистики: [учебное пособие] / В. Ф. Олешко. – Екатеринбург: из-во Уральского ун-та, 2014. - 476 с.
2. Шестерина А. М. Психология журналистики / А. М. Шестерина. - Воронеж: из-во Воронеж. гос. ун-та, 2010.
3. Петер Винтерхофф-Шпурк. Медиапсихология. Основные принципы. / пер. с нем. – Х.: изд-во Гуманитарный Центр. 2007.- 288 с.
4. Різун В. В. Теорія масової комунікації / В. В. Різун. – К.: Просвіта, 2008.

Практичне заняття № 2

Тема. Теорії мас

Мета: Сформувати у студентів уявлення про маси як носій масової свідомості.

Професійна спрямованість: уміння визначати об'єкт та предмет досліджуваної теми, встановлювати міждисциплінарні зв'язки.

План:

1. Маси як носій масової свідомості. Основні характеристики маси.
2. Види та характеристики маси. Критерії класифікації мас.
3. Людина і маса. Зміни, що відбуваються з індивідом в масі. Ознаки масової поведінки
4. Фази народження і смерті маси. Загальний принцип масифікації. Причини виникнення мас.
5. Види та характеристики маси (за Е. Канетті)

Основні поняття	<i>Маса, види мас, критерії класифікації мас, характеристики маси, масова поведінка</i>
------------------------	---

Завдання для самостійної роботи:

1. Законспектувати:

Лебон Г. Психология народов и масс. СПб. 1996.

Література:

1. Ольшанский Д. В. Психология масс. — СПб.: Питер, 2001.
2. Ашин Г. “Массы” теории // Современная западная социология: словарь. — М.: Политиздат, 1990.
3. Бехтерев В. М. Роль внушения в общественной жизни. — СПб., 1898.
4. Карпухин О., Макаревич Э. Формирование масс. Природа общественных связей и технологии “паблик рилейшнз”: Опыт историко-социологических исследований. — Калининград: ФГУИПП, 2001.
5. Корявцев П.М. Введение в вопросы охлдинамики. С-Пб.: 2004-2006.
6. Крысько В.Г. Социальная психология: словарь-справочник. — Мн.: Харвест, 2001. — 688 с.
7. Лебон Г. Психология народов и масс. СПб. 1996.
8. Московичи С. Век толп. М., 1996.
9. Назаретян А. П. Психология стихийного массового поведения. М., 2001.
10. Ольшанский Д. В. Массовые настроения в политике. — М.: Прин-Ди, 1995.
11. Психология масс: Хрестоматия / Ред.-сост. Д. Я. Райгородский. — Самара: БАХРАХ-М, 2001.
12. Психология человеческой агрессивности: Хрестоматия / Сост. К. В. Сельченко. — Минск: Харвест; М.: АСТ, 2001.
13. Социальная психология (под ред. С. Московичи), М.: 2007
13. Хевеши М.А. Толпа, массы, политика: Ист.-филос. очерк. М. 2001

Практичне заняття № 3.

Тема. Особливості масовокомунікаційного впливу

Мета: Сформувати у студентів розуміння процесу масовокомунікаційного впливу, його технологій, системи методів та технік.

Професійна спрямованість: уміння розрізняти основні види та технології масовокомунікаційного впливу, орієнтуватися в основних методах та техніках його здійснення.

План

1. Масовий вплив як комунікаційний процес
2. Основні види масовокомунікаційного впливу:
 - масове зараження
 - масова сугестія
 - масова маніпуляція
3. Технології масовокомунікаційного впливу:
 - проектування та зміна соціального простору
 - інформаційні технології
 - PR-технології

- рекламні технології
- 4. Основні методи та засоби масової комунікаційного впливу
- 5. Система технік масової комунікаційного впливу

Основні поняття	<i>Медіа, вплив, масовокомунікаційний вплив, масове зараження, масова сугестія, масова маніпуляція.</i>
------------------------	---

Завдання для самостійної роботи

1. Підготувати як тему для диспуту: технології нових медіа як протипага масовокомунікаційним технологіям: переваги та недоліки.

Література:

1. Олешко. В. Ф. Психология журналистики: [учебное пособие] / В. Ф. Олешко. – Екатеринбург: из-во Уральского ун-та, 2014. - 476 с.
2. Шестерина А. М. Психология журналистики / А. М. Шестерина.- Воронеж: из-во Воронеж. гос. ун-та, 2010.
3. Петер Винтерхофф-Шпурк. Медиапсихология. Основные принципы. / пер. с нем. – Х.: изд-во Гуманитарный Центр. 2007.- 288 с.
4. Різун В. В. Теорія масової комунікації / В. В. Різун. – К.: Просвіта, 2008.

[illegible]

Змістовий модуль 2. Психологія журналістської творчості											
Тема 3. Особливості творчого мислення журналіста		2	2								
Тема 4. Характеристика творчих здібностей журналіста. Роль уяви у творчій діяльності.		2	2								
Разом за змістовим модулем											
Змістовий модуль 3. Психологія споживача масової інформації											
Тема 5. Особистість як споживач масової інформації			2								
Тема 6. Особливості аудиторії ЗМІ			2								
Разом за змістовим модулем		6	10								
Всього за модуль		6	10								

Лекційний курс:

Тема 1. Психологічні особливості особистості журналіста

Мета: Сформувати у студентів уявлення про психологічні особливості особистості журналіста та його творчий потенціал.

Професійна спрямованість: уміння контролювати комунікативний акт, не порушуючи послідовності його складових, застосування законів та конвенцій спілкування.

План

1. Особистість і професія
2. Особистість у процесі журналістської діяльності
3. Журналіст як творча особистість
4. Типологія особистості в контексті журналістської діяльності (типології А. Адлера, К. Юнга, Е. Фромма, Г.Олпорта)
5. Ідентичність журналіста і медіасфера

Основні поняття	Особистість, журналістська діяльність, медіа, медіасфера, творчість, творча особистість, творчий процес, творчі здібності.
------------------------	--

Література:

1. Олешко. В. Ф. Психология журналистики: [учебное пособие] / В. Ф. Олешко. – Екатеринбург: из-во Уральского ун-та, 2014. - 476 с.
2. Шестерина А. М. Психология журналистики / А. М. Шестерина. - Воронеж: из-во Воронеж. гос. ун-та, 2010.

3. Петер Винтерхофф-Шпурк. Медиапсихология. Основные принципы. / пер. с нем. – Х.: изд-во Гуманитарный Центр. 2007.- 288 с.
4. Різун В. В. Теорія масової комунікації / В. В. Різун. – К.: Просвіта, 2008.
5. Бухарцев Р.Г. Творческий потенциал журналиста / Р.Г. Бухарцев. - М. : Мысль, 1985.
6. Вилюнас В.К. Психологические механизмы мотивации человека / В.К. Вилюнас. - М. : МГУ, 1990.
7. Войнцванг П. Десять заповедей творческой личности / П. Войнцванг. - М. : Ре-принт, 1992.

Тема 2.. Особливості творчого мислення журналіста

Мета: Сформувати у студентів уявлення про особливості творчого мислення журналіста.

Професійна спрямованість: уміння аналізувати специфіку журналістського мислення за категоріями.

План

1. Мислення як психічний процес
2. Особливості індивідуального творчого мислення
3. Специфіка журналістського мислення:
 - здатність до «щеплення» нових відомостей з уже існуючими знаннями
 - цільність сприймання
 - гнучкість мислення
 - легкість генерування ідей
 - легкість та швидкість асоціацій
 -

Основні поняття	<i>Мислення, творчість, творчий процес, сприймання, гнучкість мислення, асоціація, асоціативне поле</i>
----------------------------	---

Література:

1. Олешко. В. Ф. Психология журналистики: [учебное пособие] / В. Ф. Олешко. – Екатеринбург: из-во Уральского ун-та, 2014. - 476 с.
2. Шестерина А. М. Психология журналистики / А. М. Шестерина.- Воронеж: из-во Воронеж. гос. ун-та, 2010.
3. Петер Винтерхофф-Шпурк. Медиапсихология. Основные принципы. / пер. с нем. – Х.: изд-во Гуманитарный Центр. 2007.- 288 с.
4. Різун В. В. Теорія масової комунікації / В. В. Різун. – К.: Просвіта, 2008.
5. Бухарцев Р.Г. Творческий потенциал журналиста / Р.Г. Бухарцев. - М. : Мысль, 1985.
6. Вилюнас В.К. Психологические механизмы мотивации человека / В.К. Вилюнас. - М. : МГУ, 1990.

7. Войнцванг П. Десять заповедей творческой личности / П. Войнцванг. - М. : Ре-принт, 1992.

Тема 3. Характеристика творчих здібностей журналіста. Роль уяви у творчій діяльності.

Мета: Сформувати у студентів уявлення про особливості систему творчих здібностей журналіста. Скласти оцінку роботи пам'яті, уяви, прогностичної здатності журналіста.

Професійна спрямованість: уміння структурувати процес реалізації журналістського задуму

План

1. Особливості роботи пам'яті успішного журналіста
2. Прогностична здатність журналіста
3. Особливості формування творчого задуму (за В. Олешко)
4. Процес реалізації журналістського задуму
 - підготовчий етап
 - «інкубаційний» етап
 - етап «прозріння»
5. Робота і натхнення: методи стимулювання творчості
6. Роль уяви к творчій діяльності

Основні поняття	<i>Пам'ять, уява, мислення, творчість, творчий задум, творча ідея, прогностична здатність</i>
------------------------	---

Література:

1. Олешко. В. Ф. Психология журналистики: [учебное пособие] / В. Ф. Олешко. – Екатеринбург: из-во Уральского ун-та, 2014. - 476 с.
2. Шестерина А. М. Психология журналистики / А. М. Шестерина. - Воронеж: из-во Воронеж. гос. ун-та, 2010.
3. Петер Винтерхофф-Шпурк. Медиапсихология. Основные принципы. / пер. с нем. – Х.: изд-во Гуманитарный Центр. 2007.- 288 с.
4. Різун В. В. Теорія масової комунікації / В. В. Різун. – К.: Просвіта, 2008.
5. Бухарцев Р.Г. Творческий потенциал журналиста / Р.Г. Бухарцев. - М. : Мысль, 1985.
6. Вилюнас В.К. Психологические механизмы мотивации человека / В.К. Вилюнас. - М. : МГУ, 1990.
7. Войнцванг П. Десять заповедей творческой личности / П. Войнцванг. - М. : Ре-принт, 1992.

Практичні заняття

Практичне заняття № 1.

Тема 1. Формування професійного образу журналіста

Мета: сформувати у студентів уявлення щодо особливостей формування професійного образу журналіста

Професійна спрямованість: уміння формулювати та відстоювати основні аспекти професійної позиції та професійного обов'язку журналіста, визначати різновиди іміджу.

План

1. Професійна позиція журналіста
2. Професійний обов'язок журналіста
3. Професійний імідж журналіста
 - визначення та різновиди іміджу;
 - компоненти іміджу;
 - функції іміджу.
4. Харизматична модель комунікації

Основні поняття	<i>Особистість, увага, мислення, творче сприймання, професійний обов'язок, життєва позиція, професійна позиція, імідж</i>
------------------------	---

Завдання для самостійної роботи

1. Визначте тип та охарактеризуйте імідж свого улюбленого українського журналіста.
2. Порівняйте імідж кількох журналістів за одним із параметрів (зміст висловлювання, інтонація, пауза, погляд, міміка, жести і т.д.). Яку роль відіграє один із параметрів іміджу у формуванні цілісного образу людини?
4. Спробуйте скоректувати образ відомого телеведучого, замінивши один із параметрів іміджу. Що трапиться? Якою, на вашу думку, буде реакція аудиторії?
3. Напишіть реферат на одну з тем:
 1. Ігровий компонент іміджу телеведучого
 2. Креативна складова особистості журналіста.
 3. Визначення іміджу: порівняльний аналіз підходів.
 4. Харизматична особистість: природа явища.

Література:

1. Олешко. В. Ф. Психология журналистики: [учебное пособие] / В. Ф. Олешко. – Екатеринбург: из-во Уральского ун-та, 2014. - 476 с.
2. Шестерина А. М. Психология журналистики / А. М. Шестерина. - Воронеж: из-во Воронеж. гос. ун-та, 2010.
3. Петер Винтерхофф-Шпурк. Медиапсихология. Основные принципы. / пер. с нем. – Х.: изд-во Гуманитарный Центр. 2007.- 288 с.
4. Різун В. В. Теорія масової комунікації / В. В. Різун. – К.: Просвіта, 2008.

5. Бухарцев Р.Г. Творческий потенциал журналиста / Р.Г. Бухарцев. - М. : Мысль, 1985.
6. Вилюнас В.К. Психологические механизмы мотивации человека / В.К. Вилюнас. - М. : МГУ, 1990.
7. Войнцванг П. Десять заповедей творческой личности / П. Войнцванг. - М. : Ре-принт, 1992.

Практичне заняття № 2.

Тема 2: Особливості творчого мислення журналіста

Мета: Сформувати у студентів уявлення про особливості творчого мислення журналіста.

Професійна спрямованість: уміння аналізувати специфіку журналістського мислення за категоріями.

План

1. Мислення як психічний процес
2. Особливості індивідуального творчого мислення
3. Специфіка журналістського мислення:
 - здатність до «щеплення» нових відомостей з уже існуючими знаннями
 - цільність сприймання
 - гнучкість мислення
 - легкість генерування ідей
 - легкість та швидкість асоціацій

Основні поняття	<i>Мислення, творчість, творчий процес, сприймання, гнучкість мислення, асоціація, асоціативне поле</i>
----------------------------	---

Завдання для самостійної роботи:

1. Напишіть реферат на одну з тем:
 - Креативна складова особистості журналіста.
 - Харизматична особистість: природа явища.
2. Наведіть приклад (знайдіть у літературі, можна із власного досвіду або досвіду знайомих), який би ілюстрував би гнучкість мислення журналіста.

Література:

1. Олешко. В. Ф. Психология журналистики: [учебное пособие] / В. Ф. Олешко. – Екатеринбург: из-во Уральского ун-та, 2014. - 476 с.
2. Шестерина А. М. Психология журналистики / А. М. Шестерина. - Воронеж: из-во Воронеж. гос. ун-та, 2010.

3. Петер Винтерхофф-Шпурк. Медиапсихология. Основные принципы. / пер. с нем. – Х.: изд-во Гуманитарный Центр. 2007.- 288 с.
4. Різун В. В. Теорія масової комунікації / В. В. Різун. – К.: Просвіта, 2008.
5. Бухарцев Р.Г. Творческий потенциал журналиста / Р.Г. Бухарцев. - М. : Мысль, 1985.
6. Вилюнас В.К. Психологические механизмы мотивации человека / В.К. Вилюнас. - М. : МГУ, 1990.
7. Войнцванг П. Десять заповедей творческой личности / П. Войнцванг. - М. : Ре-принт, 1992.

Практичне заняття № 3.

Тема 3: Характеристика творчих здібностей журналіста. Роль уяви у творчій діяльності.

Мета: Сформувати у студентів уявлення про особливості систему творчих здібностей журналіста. Скласти оцінку роботи пам'яті, уяви, прогностичної здатності журналіста.

Професійна спрямованість: уміння структурувати процес реалізації журналістського задуму

План

1. Особливості роботи пам'яті успішного журналіста
2. Прогностична здатність журналіста
3. Особливості формування творчого задуму (за В. Олешко)
4. Процес реалізації журналістського задуму
 - підготовчий етап
 - «інкубаційний» етап
 - етап «прозріння»
5. Робота і натхнення: методи стимулювання творчості
6. Роль уяви к творчій діяльності

Основні поняття	<i>Мислення, творчість, творчий процес, сприймання, гнучкість мислення, асоціація, асоціативне поле, пам'ять, прогностична здатність, уява, натхнення, творчий задум</i>
------------------------	--

Завдання для самостійної роботи

3. Напишіть реферат на одну з тем:
 - Роль уяви у журналістській творчості
 - Методи і техніки стимулювання творчого мислення
4. Апробуйте один із відомих вам методів активізації творчого процесу при підготовці журналістського матеріалу. Які особливості, обмеження журналістської професії ви помітили?

Література:

1. Олешко. В. Ф. Психология журналистики: [учебное пособие] / В. Ф. Олешко. – Екатеринбург: из-во Уральского ун-та, 2014. - 476 с.
2. Шестерина А. М. Психология журналистики / А. М. Шестерина. - Воронеж: из-во Воронеж. гос. ун-та, 2010.
3. Петер Винтерхофф-Шпурк. Медиапсихология. Основные принципы. / пер. с нем. – Х.: изд-во Гуманитарный Центр. 2007.- 288 с.
4. Різун В. В. Теорія масової комунікації / В. В. Різун. – К.: Просвіта, 2008.
5. Бухарцев Р.Г. Творческий потенциал журналиста / Р.Г. Бухарцев. - М. : Мысль, 1985.
6. Вилюнас В.К. Психологические механизмы мотивации человека / В.К. Вилюнас. - М. : МГУ, 1990.
7. Войнцванг П. Десять заповедей творческой личности / П. Войнцванг. - М. : Ре-принт, 1992.

Практичне заняття № 4.

Тема 4: Основи журналістської творчості

Мета: формувати у студентів уявлення про особливості психолінгвістики тексту.

Професійна спрямованість: уміння здійснювати психолінгвістичний аналіз тексту, визначати особливості мовної особистості в тексті, розрізняти техніку віршового оформлення тексту.

План

1. Творчий процес у журналістській діяльності
2. Етапи творчого процесу
3. Психологічні особливості побудови медіатексту
4. Психологічні особливості роботи з інтерв'ю.

Основні поняття	<i>Особистість, увага, мислення, творче сприймання, імідж, медіатекст, інтерв'ю, творчий процес.</i>
----------------------------	--

Завдання для самостійної роботи

1. Напишіть реферат на одну з тем:
 - Теорії творчості в західній філософії і науці
 - Концепції творчості у вітчизняній філософії і науці.
2. Охарактеризуйте творчий процес роботи над журналістським матеріалом за етапами (на прикладі власної підготовки матеріалу (напр. статті)).
3. Охарактеризуйте психологічні особливості медіатексту (на прикладі власної статті, або щось)

Література:

1. Олешко. В. Ф. Психология журналистики: [учебное пособие] / В. Ф. Олешко. – Екатеринбург: из-во Уральского ун-та, 2014. - 476 с.

2. Шестерина А. М. Психология журналистики / А. М. Шестерина. - Воронеж: из-во Воронеж. гос. ун-та, 2010.
3. Петер Винтерхофф-Шпурк. Медиапсихология. Основные принципы. / пер. с нем. – Х.: изд-во Гуманитарный Центр. 2007.- 288 с.
4. Різун В. В. Теорія масової комунікації / В. В. Різун. – К.: Просвіта, 2008.
5. Бухарцев Р.Г. Творческий потенциал журналиста / Р.Г. Бухарцев. - М. : Мысль, 1985.
6. Вилюнас В.К. Психологические механизмы мотивации человека / В.К. Вилюнас. - М. : МГУ, 1990.
7. Войнцванг П. Десять заповедей творческой личности / П. Войнцванг. - М. : Ре-принт, 1992.

Практичне заняття № 5.

Тема 5: Особистість як споживач масової інформації. Особливості споживацької аудиторії ЗМІ

Мета: Сформувати у студентів уявлення про особистість як споживача масової інформації; особливості споживацької аудиторії ЗМІ

Професійна спрямованість: уміння здійснювати типологію аудиторії ЗМІ, вирізняти та характеризувати труднощі в сприйманні медіаповідомлень

План

1. Психологічні особливості споживача масової інформації
2. Типологія аудиторії ЗМІ
3. ЗМІ як засіб задоволення потреб аудиторії
4. Закономірності та труднощі в сприйманні медіаповідомлення

Основні поняття	<i>Особистість, увага, мислення, творче сприймання, професійний обов'язок, життєва позиція, професійна позиція, імідж, медіаповідомлення, ЗМІ, аудиторія ЗМІ, споживач масової інформації</i>
----------------------------	---

Література:

1. Олешко. В. Ф. Психология журналистики: [учебное пособие] / В. Ф. Олешко. – Екатеринбург: из-во Уральского ун-та, 2014. - 476 с.
2. Шестерина А. М. Психология журналистики / А. М. Шестерина. - Воронеж: из-во Воронеж. гос. ун-та, 2010.
3. Петер Винтерхофф-Шпурк. Медиапсихология. Основные принципы. / пер. с нем. – Х.: изд-во Гуманитарный Центр. 2007.- 288 с.
4. Різун В. В. Теорія масової комунікації / В. В. Різун. – К.: Просвіта, 2008.

5. Бухарцев Р.Г. Творческий потенциал журналиста / Р.Г. Бухарцев. - М. : Мысль, 1985.
6. Вилюнас В.К. Психологические механизмы мотивации человека / В.К. Вилюнас. - М. : МГУ, 1990.
7. Войнцванг П. Десять заповедей творческой личности / П. Войнцванг. - М. : Ре-принт, 1992.

ЗАВДАННЯ ДО ПІДСУМКОВИХ МОДУЛЬНИХ РОБІТ

Умовою допуску до ПМР є виконання всіх обов'язкових видів робіт, передбачених програмою курсу.

I. Тестові завдання (максимальна кількість балів – 20)

II. Теоретичні завдання (оцінюються від 0 до 30 балів).

Максимальна кількість балів – 30

III. Професійно-орієнтоване завдання (виконується протягом вивчення навчальної дисципліни). Максимальна кількість балів – 50.

ВИМОГИ ДО ЗАЛІКУ

- Володіти теоретичним матеріалом із передбачених навчальним курсом тем.
- Виконати всі обов'язкові завдання, передбачені робочою програмою та інструктивно-методичними матеріалами.
- Пройти перевірку рівня засвоєння знань з теми, яка виносилася на самостійне опрацювання, на індивідуальній консультації у викладача.

Орієнтовні теоретичні питання заліку (максимальна кількість балів - 50).

1. Мас-медіа як засіб звернення до масової аудиторії.
2. Особливості медіавпливу.
3. Предмет, мета та завдання масмедійної психології.
4. Принципи, функції та методи масмедійної психології.
5. Медіапсихологія у контексті психології: зв'язки та взаємовпливи.
6. Поняття про масову комунікацію.
7. Розвиток масової комунікації.
8. Новітній етап розвитку масового спілкування.
9. Процес масової комунікації.
10. Форми масової комунікації.
11. Зміст поняття масової свідомості.
12. Структура масової свідомості.
13. Властивості масової свідомості.
14. Суспільна думка.
15. Масовий вплив як комунікаційний процес.

16. Види масовокомунікаційного впливу.
17. Технологія масовокомунікаційного впливу.
18. Засоби масовокомунікаційного впливу
19. Техніки масовокомунікаційного впливу.
20. Розвиток масової комунікації.
21. Природа масової комунікації.
22. Структура масової комунікації.
23. Форми масової комунікації.
24. Маси як носій масової свідомості. Основні характеристики маси.
25. Види та характеристики маси. Критерії класифікації мас.
26. Людина і маса. Зміни, що відбуваються з індивідом в масі. Ознаки масової поведінки.
27. Фази народження і смерті маси. Загальний принцип масифікації. Причини виникнення мас.
28. Види та характеристики маси (за Е. Канетті).
29. Масовий вплив як комунікаційний процес.
30. Основні види масовокомунікаційного впливу (масове зараження, масова сугестія, масова маніпуляція).
31. Технології масовокомунікаційного впливу (проекування та зміна соціального простору, інформаційні технології, PR-технології, рекламні технології).
32. Основні методи та засоби масовокомунікаційного впливу.
33. Система технік масовокомунікаційного впливу.
34. Специфіка журналістського мислення.
35. Журналіст як творча особистість.
36. Особливості роботи пам'яті успішного журналіста.
37. Прогностична здатність журналіста.
38. Особливості формування творчого задуму (за Олешко).
39. Процес реалізації журналістського задуму.
40. Робота і натхнення: методи стимулювання творчості.
41. Роль уяви в творчій діяльності.
42. Професійна позиція журналіста.
43. Професійний обов'язок журналіста.
44. Професійний імідж журналіста.
45. Творчий процес у журналістській діяльності.
46. Етапи творчого процесу.
47. Психологічні особливості побудови медіатексту.
48. Психологічні особливості роботи з інтерв'ю.
49. Психологічні особливості споживача масової інформації.
50. Типологія аудиторії ЗМІ.
51. ЗМІ як засіб задоволення потреб аудиторії.

Професійно-орієнтоване завдання (виконується протягом вивчення навчальної дисципліни). Максимальна кількість балів – 50.

Список рекомендованої літератури до курсу:

1. Олешко. В. Ф. Психология журналистики: [учебное пособие] / В. Ф. Олешко. – Екатеринбург: из-во Уральского ун-та, 2014. - 476 с.
10. Лисичкин В.А. Третья мировая (информационно-психологическая) война / В.А. Лисичкин, Л.А. Шелепин. - М., 1999.
11. Личность и социальная среда : идеологические и психологические аспекты общения : Сборник обзоров. - М., 1987.
12. Абдульханова-Славская К.А. Деятельность и психология личности / К.А. Абдуль-ханова-Славская. - М. : Наука, 1980.
13. Андреева М.К. Психологический анализ профессионально-важных качество твор-ческих работников телевидения / М.К. Андреева, Л.В. Матвеева, Н.Б. Шкопоров. - М., 1991.
14. Бернс Р. Развитие Я-концепции и воспитание / Р. Бернс. - М., 1986.
15. Бехтерев Н.А. Физиология типов / Н.А. Бехтерев. - М., 1924.
16. Браун Л. Имидж - путь к успеху / Л. Браун. - С-Пб., 1996.
17. Бугрим В.В. Понятие и специфика имиджа. Журналистика XX века: эволюция и проблемы / В.В. Бугрим. - СПб., 1996.
18. Бурно М.Е. Сила слабых / М.Е. Бурно. - М.: Прогресс, 1999.
19. Бухарцев Р.Г. Творческий потенциал журналиста / Р.Г. Бухарцев. - М. : Мысль, 1985.
2. Шестерина А. М. Психология журналистики / А. М. Шестерина. - Воронеж: из-во Воронеж. гос. ун-та, 2010.
20. Вилюнас В.К. Психологические механизмы мотивации человека / В.К. Вилюнас. - М. : МГУ, 1990.
21. Войнцванг П. Десять заповедей творческой личности / П. Войнцванг. - М. : Ре-принт, 1992.
22. Головаха Е.И. Психологическое время личности / Е.И. Головаха, А.А. Кроник. - Киев, 1984.
23. Гуревич П.С. Приключения имиджа : Типология телевизионного образа и парадок-сы его восприятия / П.С. Гуревич. - М., 1991.
24. Мельник Г.С. Mass-media: психологические процессы и эффекты / Г.С. Мельник. - СПб., 1996.
25. Московичи С. Машина, творящая богов / С. Московичи. - М., 1998.
26. Найснер У. Познание и реальность / У. Найснер. - М., 1981.
27. Олешко В.Ф. Социожурналистика : Прагматическое моделирование технологий массово-коммуникационной деятельности / В.Ф. Олешко. - Ек., 1996.

28. Панкратов В.Н. Защита от психологического манипулирования / В.Н. Панкратов. - М., 2004.
29. Петренко В.Ф. Введение в экспериментальную психосемантику: исследование форм репрезентации в обыденном сознании / В.Ф. Петренко. - М., 1998.
3. Петер Винтерхофф-Шпурк. Медиапсихология. Основные принципы. / пер. с нем. – Х.: изд-во Гуманитарный Центр. 2007.- 288 с.
30. Почепцов Г.Г. Информационные войны / Г.Г. Почепцов. - М., К., 2001.
31. Пронин Е.И. Текстовые факторы эффективности журналистского воздействия / Е.И. Понин. - М., 1981.
32. Расторгуев С.П. Информационная война / С.П. Расторгуев. - М., 1998.
33. Романов С.А. Энциклопедия российского мошенничества / С.А. Романов. - М., 1997.
34. Фрейд З. Введение в психоанализ : Лекции / З. Фрейд. - М., 1989.
35. Харрис Р. Психология массовых коммуникаций / Р. Харрис. - СПб., М., 2002.
36. Чалдини Р. Психология влияния / Р. Чалдини. - СПб., 1999.
37. Шейнов В. Психология влияния. Скрытое управление / В. Шейнов. - М., 2002.
38. Шестерина А.М. Полемический текст в современном медиaprостранстве / А.М. Шестерина. - Тамбов, 2003.
39. Шиллер Г. Манипуляторы сознанием / Г. Шиллер. - М., 1980.
4. Різун В. В. Теорія масової комунікації / В. В. Різун. – К.: Просвіта, 2008.
40. Юнацкевич П.И. Психология обмана / П.И. Юнацкевич. - СПб., 1999.
41. Ольшанский Д. В. Психология масс. — СПб.: Питер, 2001.
42. Ашин Г. “Массы” теории // Современная западная социология: словарь. — М.: Политиздат, 1990.
43. Бехтерев В. М. Роль внушения в общественной жизни. — СПб., 1898.
44. Карпухин О., Макаревич Э. Формирование масс. Природа общественных связей и технологии “паблик рилейшнз”: Опыт историко-социологических исследований. — Калининград: ФГУИПП, 2001.
45. Корявцев П.М. Введение в вопросы охлoдинамики. С-Пб.: 2004-2006.
46. Крысько В.Г. Социальная психология: словарь-справочник. — Мн.: Харвест, 2001. — 688 с.
47. Лебон Г. Психология народов и масс. СПб. 1996.
5. Звонков В.В. Психология понимания правды / В.В. Звонков. - СПб., 1999.
6. Коул М. Культура и мышление / М. Коул, С. Скрибнер. - М., 1977.
7. Крысько В.Г. Секреты психологической войны / В.Г. Крысько. - Минск, 1999.
8. Леонтьев Д.А. Психология смысла / Д.А. Леонтьев. - М., 1999.
9. Линч К. Образ города / К. Линч. - М., 1995.

КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ ПМР ТА ЗАЛІКОВОЇ РОБОТИ

ОЦІНКА	ВИМОГИ ДО ЗНАНЬ УМІНЬ ТА НАВИЧОК СТУДЕНТІВ
Тестові завдання (max – 20 балів)	
5 балів	Правильна відповідь на кожне тестове завдання
0 балів	Неправильна відповідь на тестове завдання
Теоретичне завдання (max – 30 балів)	
0-5 балів	Структурованість відповіді, наявність внутрішньої логіки у викладі матеріалу
0-10 балів	Повні та вичерпні визначення основних понять
0-5 балів	Опора на першоджерела, цитування основних ідей
0-10 балів	Повнота відповіді, аналіз усіх аспектів проблеми
Практичне завдання (max – 50 балів)	
0-10 балів	Повнота виконання завдання, дотримання усіх вимог
0-10 балів	Правильність та вичерпність формулювань
0-10 балів	Повні та чіткі визначення усіх понять
0-10 балів	Розгляд можливих альтернативних схем аналізу
0-10 балів	Обґрунтовані пояснення усіх міркувань
Професійно-орієнтоване завдання (max – 50 балів)	
0-10 балів	Звіт за результатами дослідження повний, структурований, виконаний з дотриманням вимог до структури, оформлення
0-10 балів	Обґрунтовано актуальність дослідження, усі структурно-методологічні елементи роботи (об'єкт, предмет роботи, мета, гіпотеза, завдання, методи та процедура дослідження, його наукова новизна, практичне та теоретичне значення, умови забезпечення надійності та вірогідності результатів) сформульовані правильно та вичерпно
0-10 балів	Подано детальний опис методів та процедури дослідження, хід аналізу отриманих результатів, їх ґрунтовна інтерпретація
0-10 балів	Висновки відображують основні результати дослідження, сформульовані чітко та вичерпно
0-5 балів	Список використаних джерел подано в алфавітному порядку та оформлено відповідно до основних бібліографічних вимог
0-5 балів	Текст написаний грамотно з дотриманням усіх вимог наукового стилю сучасної української мови

