

Київський університет імені Бориса Грінченка
Факультет журналістики
Кафедра журналістики та нових медіа



«ЗАТВЕРДЖУЮ»

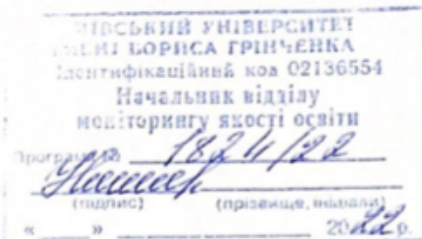
Проректор з науково-методичної
та навчальної роботи

Олексій ЖИЛЬЦОВ

2022 року

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
ПСИХОЛОГІЯ ТА СОЦІОЛОГІЯ МК: ПСИХОЛОГІЯ МК
для студентів

спеціальності	061 «Журналістика»
рівня вищої освіти	другого (магістерського)
освітньої програми:	061.00.04 Медіакомунікації



Київ – 2022

Розробник: *Яна ФРУКТОВА*, кандидат педагогічних наук, доцент, доцент кафедри журналістики та нових медіа

Викладач: *Яна ФРУКТОВА*, кандидат педагогічних наук, доцент, доцент кафедри журналістики та нових медіа

Робочу програму розглянуто і затверджено на засіданні кафедри журналістики та нових медіа

Протокол від 2 вересня 2022 р. № 2

Завідувач кафедри



Інга ПОГРЕБНЯК

Робочу програму погоджено з гарантом освітньо-професійної програми «Медіакомунікації»

1 вересня 2022 р.

Гарант освітньої програми

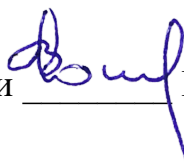


Ніна ЗРАЖЕВСЬКА

Робочу програму перевірено

2 вересня 2022 року

Заступник декана Факультету журналістики



Вікторія СОШИНСЬКА

Пролонговано:

на 20__/20__ н.р. _____ (_____), «__» __ 20__ р., протокол № _____

на 20__/20__ н.р. _____ (_____), «__» __ 20__ р., протокол № _____

на 20__/20__ н.р. _____ (_____), «__» __ 20__ р., протокол № _____

на 20__/20__ н.р. _____ (_____), «__» __ 20__ р., протокол № _____

1. ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Найменування показників	Характеристика дисципліни за формами навчання
Психологія та соціологія МК Модуль Психологія МК	
	Заочна
Вид дисципліни	обов'язкова
Мова викладання, навчання та оцінювання	Українська
Курс	5
Семестр	9
Кількість сучасних змістових модулів з розподілом:	
Обсяг кредитів	3
Обсяг годин, в тому числі	90
аудиторні	12
модульний контроль	-
семестровий контроль	-
самостійна робота	78
форма семестрового контролю	

2. МЕТА ТА ЗАВДАННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Робоча навчальна програма з дисципліни «Психологія та соціологія масової комунікації» є нормативним документом Київського Університету імені Бориса Грінченка, який розроблено кафедрою журналістики та нових медіа на основі освітньо-професійної програми підготовки магістрантів денної форми навчання.

Програму розроблено з урахуванням рекомендацій МОН України (лист № 1/9-736 від 06.12.2007 р.) «Про Перелік напрямів (спеціальностей) та їх поєднання з додатковими спеціальностями і спеціалізаціями для підготовки працівників за освітньо-кваліфікаційними рівнями бакалавра, спеціаліста, магістра».

Робочу навчальну програму укладено згідно з вимогами кредитно-модульної системи організації навчання. Програма визначає обсяги знань, які повинен опанувати бакалавр відповідно до вимог освітньо-кваліфікаційної характеристики, алгоритму вивчення навчального матеріалу дисципліни «Психологія та соціологія МК», необхідне методичне забезпечення, складові та технологію оцінювання навчальних досягнень студентів.

Мета вивчення курсу: формування у майбутніх фахівців з медіа психологічної та соціологічної компетентності як професійної через засвоєння знань про сучасні теорії дослідження психічних феноменів та ролі ЗМІ у їх формуванні, розвитку та змінах, соціалізації особистості.

Завдання курсу:

- розкриття значущості психологічних знань у професійній діяльності фахівців з медіа;
- ознайомлення фахівців з медіа з психологічними засадами професійної комунікативної поведінки;
- формування моральних цінностей та відповідних якостей майбутнього фахівця, усвідомлення психологічних наслідків комунікаційного впливу;
- розвиток у фахівців з мас-медіа психологічної культури професійної діяльності на рефлексивній основі, спонукання їх до самоаналізу своїх вчинків;
- визначення типових помилок професійної поведінки, пов'язаних із вибором та застосуванням сучасних психологічних засобів впливу на особистість, маси;
- розкриття особливостей етичної поведінки фахівців з медіа при розв'язанні складних професійних комунікаційних ситуацій;
- розробка алгоритму професійної комунікаційної взаємодії фахівців з медіа із споживачами їх послуг;
- вивчення психології процесу масової комунікації, основних методологічних підходів до його дослідження;
- застосування методів, методик та інструментарію при дослідженні масово-комунікаційних явищ;

- формування навичок контент-аналітичних досліджень;
- дослідження шляхів підвищення ефективності комунікації.

3. РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ ЗА ДИСЦИПЛІНОЮ

ЗК1 Здатність до виокремлення проблеми, дослідження її, окреслення етапів для роботи у подальшому, уміння знаходити ідею, вибрати та оцінити її, спланувати вирішення, залучати людей до її вирішення та діяти.

ЗК 2 Здатність критично оцінювати отриману інформацію, використання логіки і раціональних міркувань, повнота аргументації для оцінки ситуації і правильності обраного шляху розв'язання завдань з урахуванням контексту. Здатність бути критичним і самокритичним.

ЗК 5. Готовність будувати комунікацію, базуючись на принципах соціально-психологічної специфіки спілкування; виявляти високу адаптивність до змін

ЗК 6 Здатність людини сприймати, оцінювати і розуміти свої та чужі емоції, вміння керувати емоціями; володіння собою і вміння ефективно налагоджувати взаємодію з оточуючими, а також здатність керувати емоціями інших людей з метою вирішення практичних завдань.

ЗК 8. Здатність до виявлення та задоволення потреб споживачів медіаринку

ФК 1. Розуміти роль журналістики в суспільстві. Здатність розуміти особливості суспільних процесів; мати знання з правових та етичних засад журналістики; володіти процесами журналістської діяльності; визначати роль медіаструктур у формуванні сучасного комунікаційного простору, виявляти небезпеки певних комунікаційних впливів для особистості, соціальної групи, країни;

ФК 2. Знаходити відповідні теми та ракурси, враховуючи поточні події та контекст. Здатність знаходитись у контексті подій; уміння здійснювати моніторингову діяльність; знати характеристики різних ЗМІ; здатність створення матеріалів на основі аналізу потреб медіаринку.

ФК 7. Нести відповідальність за результати журналістської роботи (критична оцінка діяльності).

Мати чітке уявлення про якість журналістського матеріалу; здатність до критичної оцінки власної роботи; здатність до сприйняття конструктивної критики власної роботи; здатність нести відповідальність рішення прийняті в ході журналістської діяльності; здатність нести відповідальність за результат журналістської діяльності (медіавпливи).

Програмні результати навчання

ПРН-1 В умовах виробничої діяльності на основі знань уміти оцінити співрозмовника (визначити типи психіки та моделі можливої поведінки) для досягнення комунікативної мети.

ПРН-3 На основі знання про особливості середовища діяльності:

— переконливо відстоювати власну професійну позицію, дослуховуватися і враховувати аргументи партнерів у спілкуванні, знаходити оптимальні рішення

відповідно до професійних вимог, ділових ситуацій та інтересів учасників;

— уникати ситуацій, конфліктів, що можуть нашкодити професійній репутації та інтересам справи;

— раціонально діяти в конфліктних ситуаціях, шукаючи компромісів на основі професійних принципів і взаємної ділової вигоди.

ПРН-4 В умовах виробничої діяльності на основі знань уміти знаходити переконливі аргументи, вербальні і невербальні засоби впливу в дискусіях з колегами, партнерами, клієнтами для досягнення комунікаційної мети, створення сприятливого суспільного середовища, формування власного іміджу і визнання результатів своєї праці.

ПРН-5 В умовах виробничої діяльності різновимірно бачити й аналізувати текст і медійний продукт, оцінювати їх з використанням соціокультурних, етнологічних та етнопсихологічних критеріїв; інтерпретувати актуальні явища (у т. ч. фейкові новини, інформаційні атаки, маніпулювання та ін.) масової комунікації для широкої аудиторії, підвищувати рівень її медіа грамотності;

ПРН-7 В умовах виробничої діяльності на основі знань уміти знаходити переконливі аргументи для кожного виду суспільного середовища.

ПРН-8 Здійснювати професійну діяльність в межах існуючого медіа законодавства; здатність очолити процес медіавиробництва, розуміти інформаційні потреби аудиторії, прогнозувати вплив результату журналістської діяльності, нейтралізувати негативні наслідки, пропагувати демократичні цінності та загалом працювати на розвиток українського соціуму

ПРН-9 В умовах виробничої діяльності на основі розуміння соціальної дійсності та управлінської діяльності, знань форм та механізмів управління різноманітними явищами та процесами уміти знаходити оптимальні рішення у процесі виробництва медійного продукту;

ПРН-12 В умовах виробничої діяльності прогнозувати реакцію соціуму на медійні продукти, створювати моделі діяльності відповідно до потреб різних соціальних груп; застосовувати інформаційні технології, необхідні для дослідження соціуму, сучасні технології веб-аналітики та соціології інтернету

ПРН-13 Здатність до системного мислення у професійній журналістській діяльності.

Підвищенню ефективності семінарських занять сприятиме передбачене програмою виконання студентами самостійних робіт, зокрема індивідуальних та групових проєктів тощо.

Вивчення магістрантами навчальної дисципліни «Психологія та соціологія МК» завершується комплексним заліком

4. СТРУКТУРА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

4.1. Тематичний план для заочної форми навчання

№ п/п	Назви теоретичних розділів	Кількість годин				
		Разом	Аудиторні	Лекційні	Семінари	Самостійна робота
МОДУЛЬ І. ПСИХОЛОГІЧНІ ФУНКЦІЇ ЗАСОБІВ МАСОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ						
1.	Психологічні функції засобів масової комунікації	22	2	2		20
	<i>Разом</i>	22	2	2		20
МОДУЛЬ ІІ. СОЦІАЛЬНІ ГРУПИ ЯК ОБ'ЄКТИ ВПЛИВУ ЗМІ						
2.	Соціальні групи як об'єкти впливу засобів масової інформації	24	4	2	2	20
	<i>Разом</i>	24	4	2	2	20
МОДУЛЬ ІІІ. СОЦІАЛЬНІ ГРУПИ ЯК СУБ'ЄКТИ МК						
3.	Психологічний аспект теорії поколінь	20	2	2		18
4.	Вплив групи як психологічний ефект масової комунікації	24	4	2	2	20
	<i>Разом</i>	44	6	4	2	38
	<i>Разом за навчальним планом</i>	90	12	8	4	78

5. ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

МОДУЛЬ I.

ПСИХОЛОГІЧНІ ФУНКЦІЇ ЗАСОБІВ МАСОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ

Лекція 1. Психологічні функції засобів масової комунікації (2 год.)

Психологічні основи формування групової свідомості, емоційна, комунікативна. Психологічні теорії масової комунікації: теорії «лінійного впливу» (модель Лассуелла, Бреддока, Шрамма), теорії «селективного впливу» (модель Каца і Лазарсфельда, Робінсона, Роджерса і Шумейкера). Процесуальні теорії масової комунікації: соціального навчання, культивування, соціалізації, використання і задоволення, нав'язування порядку денного, когнітивна теорія. Теорії гейткіпера, адженда-сеттінг (установка порядку денного) і вторинний гейткіпінг, фреймінгу (створення рамок сприйняття) і праймінг (інтерпретація нових подій в межах попереднього досвіду), апеляція до емоцій, поляризація суспільства. Сторітелінг. Постправа. Джинса. Фейки. Діп-фейки. Вірусний контент. Фактчекінг. Лідери думок, псевдо-експерти, боти. Кодування ризиків медіапродукції.

Класифікації медіаризиків у різних системах захисту особистості в медіа просторі: NISAM, PEGI Ризик «медіанасильство»: ознаки, виявлення, вікові категорії, особливості експертування різних типів медіапродукції: «жахи»; «сексуалізація»; «брутальна мова»; «дискримінація»; «наркотики»; «небажана поведінка». Індивідуальні особливості експертної діяльності кодувальника медіапродукції. Моніторинг виявлення ризиків у медіа

Література основна: 4, 5, 10, 12-13, 15

Література додаткова: 1-16.

МОДУЛЬ II.

СОЦІАЛЬНІ ГРУПИ ЯК ОБ'ЄКТИ ВПЛИВУ ЗМІ

Лекція 2. Соціальні групи як об'єкти впливу засобів масової інформації (2 год.)

Специфіка соціально-психологічного підходу до проблеми МК. Маса як об'єкт комунікативного впливу. Стратифікація населення. Типологія соціальних груп. Принципи дослідження психології великих соціальних груп. Методи дослідження аудиторії: опитування, інтерв'ю, анкетування. Переваги і недоліки методів дослідження. Психологічні аспекти дослідження аудиторії. Методологічні проблеми. Структура психології великих організованих груп. Соціальні класи та прошарки. Етнічні групи. Гендерні та вікові групи. Вплив комунікатора. Вплив контексту. Психологічна ригідність. Сегментація ринку МК. Психографіка як принцип сегментації ринку. Теорії гейткіпера, адженда-сеттінг (установка порядку денного) і вторинний гейткіпінг, фреймінгу (створення рамок сприйняття) і праймінг (інтерпретація нових подій в межах попереднього досвіду), апеляція до емоцій, поляризація суспільства. Сторітелінг. Постправа. Джинса. Фейки. Діп-фейки.

Вірусний контент. Фактчекінг. Лідери думок, псевдо-експерти, боти. Кодування ризиків медіапродукції. Класифікації психологічних медіаризиків у різних системах захисту особистості в медіа просторі: NICAM, PEGI Ризик «медіанасильство»: ознаки, виявлення, вікові категорії, особливості експертування різних типів медіапродукції: «жахи»; «сексуалізація»; «брутальна мова»; «дискримінація»; «наркотики»; «небажана поведінка». Індивідуальні особливості експертної діяльності кодувальника медіапродукції. Моніторинг виявлення ризиків у медіа.

Література основна: 4, 5, 10, 12-13, 15

Література додаткова: 1-16.

Семінар 1. Соціальні групи як об'єкти впливу засобів масової інформації (2 год.)

Література основна: 4, 5, 10, 12-13, 15

Література додаткова: 1-16.

МОДУЛЬ III. СОЦІАЛЬНІ ГРУПИ ЯК СУБ'ЄКТИ МК

Лекція 3. Психологічні основи теорії поколінь. (2 год.) Покоління Z: основні психологічні характеристики, стереотипи. Деструктивні та конструктивні впливи. Вплив медіа на етапи соціалізації особистості. Психолого-педагогічні ефекти впливу сучасних медіа: короткочасні, тривалі, відстрочені. Відеокліпізм, відеоманія, відеофілія – хвороби людини інформаційної ери, коли екран замінює глядачеві саму реальність: превентивне виховання. Особливості психолого-педагогічного впливу діджитального екрану на сучасну людину. Аудіовізуальні технології як засіб породження розширеної свідомості у сучасної людини, можливості індивідуальної самореалізації. «Поле необмеженого самовираження» як психолого-педагогічний простір. Цифрова деменція.

Література основна: 1, 7, 8, 9.

Література додаткова: 1-16.

Лекція 4 Вплив групи як психологічний ефект масової комунікації (2 год.) Роль групових факторів у механізмі переконання. Феномен групового тиску. Феномен групового згуртування. Вплив референтної групи в процесі переконання. Поняття «конформність» в контексті масової комунікації. Види конформності: зовнішня (публічна) і внутрішня (особиста). Ситуаційні, індивідуальні, культурні фактори, що впливають на конформізм. Поняття «нонконформізм» (негативізм). Самовизначення як альтернатива конформізму і негативізму. Наслідування як соціально-психологічний механізм масової поведінки. Способи наслідування. Функції наслідування. Стимуляція наслідування у нових медіа як форми масової комунікації. Зараження як механізм психології мас. Об'єкти зараження. Суб'єкти зараження. Взаємозв'язок міри зараження і двох рівнів – розвитку особистості та самосвідомості. Психологічні закономірності масової поведінки: індивідуальний вибір ліній поведінки, неструктурованість, односпрямованість. Закономірності масової поведінки і реклама. Соціальні мережі як засіб психологічного впливу. Імідж, переконання, наслідування, навіювання, ідентифікація, стереотипізація, метод ореолу. Мода як вид масової поведінки.

Соціально-психологічні механізми моди: зараження, наслідування, навіювання, ідентифікація. Психологічні ефекти моди.

Література основна: 1,7,8,9.

Література додаткова: 1-16.

Семінар 2. Вплив групи як психологічний ефект масової комунікації (2 год.)

Література основна: 1,7,8,9.

Література додаткова: 1-16.

6. КОНТРОЛЬ НАВЧАЛЬНИХ ДОСЯГНЕННЯ

Вид діяльності студента	Максимальна кількість балів за одиницю	Модуль I		Модуль II		Модуль III	
		Кількість одиниць	Кількість одиниць	Кількість одиниць	Кількість одиниць	Кількість одиниць	Кількість одиниць
Відвідування лекцій	1	1	1	1	1	2	2
Відвідування семінарських занять	1			1	1	1	1
Робота на семінарському занятті	10			1	10	1	10
Виконання завдань для самостійної роботи	5	2	10	2	10	4	20
Разом:		11		22		33	
Максимальна кількість балів	66						
Розрахунок коефіцієнта	66:100 = 0,66						

6.1. Система оцінювання навчальних досягнень студентів

6.2. Завдання для самостійної роботи та критерії оцінювання

Тема 1. Психологічні функції засобів масової комунікації

1. Окресліть специфіку соціально-психологічного підходу до проблеми МК.
2. Знайдіть дослідження з психології МК (текст, першоджерело, методика проведення, статистика, діаграми тощо), як ці знання можуть вам знадобитися у професії.

Тема 2. Соціальні групи як об'єкти впливу засобів масової інформації

1. Схарактеризуйте маси як об'єкт комунікативного впливу, здійсніть сегментацію вітчизняного ринку МК
2. Знайдіть у медіа приклади застосування прийомів маніпуляції масовою свідомістю, поясніть їх передумови та наслідки.

Тема 3. Психологічний аспект теорії поколінь

1. Схарактеризуйте психологічні особливості покоління Z, доведіть або спростуйте певне твердження.
2. Визначте значення нових медіа у формуванні покоління Z.

Тема 4. Вплив групи як психологічний ефект масової комунікації

1. Визначте маси як об'єкт медіа-впливів (позитивних, негативних)
2. Доведіть існування конформності в контексті масової комунікації.

Критерії оцінювання самостійної роботи

Перевірка самостійно виконаних завдань здійснюється на контрольній модульній роботі.

Критерії оцінювання відповіді:

- відповідність змісту;
- повнота і ґрунтовність викладу;
- доказовість і логічність викладу;
- термінологічна коректність;
- здатність до обґрунтування висновків;
- володіння нормами літературної мови і культури письмової відповіді.

6.4. Форми проведення семестрового контролю та критерії оцінювання

Підсумкове оцінювання знань студентів з модуля «Психологія МК» відбувається у межах комплексного заліку з дисципліни «Психологія та Соціологія МК».

6.6. Шкала відповідності оцінок

Оцінка	Кількість балів
Відмінно	100-90
дуже добре	82-89
Добре	75-81
Задовільно	69-74
Достатньо	60-68
Незадовільно	0-59

7. Навчально-методична картка дисципліни «Психологія МК»

Разом: 90 год., з них: лекційні – 8 год., семінарські – 4 год., самостійна робота – 78 год.

Тиждень	I	II	III
Модулі	Змістовий модуль I	Змістовий модуль I	Змістовий модуль I
Лекції	1	2	3, 4
Дати			
Теми Лекцій	Тема 1. Психологічні функції засобів масової комунікації 1б.	Тема 2. Соціальні групи як об'єкти впливу засобів масової інформації 1б.	Тема 3. Психологічний аспект теорії поколінь 1б. Тема 4. Вплив групи як психологічний ефект масової комунікації 1б.
Теми семінарів		Тема 1. Соціальні групи як об'єкти впливу засобів масової інформації 11 б.	Тема 2. Вплив групи як психологічний ефект масової комунікації 11 б.
Самостійна робота	5*2=10б	5*2=10б	5*4=20б
Підсумковий контроль	залік		

8. Рекомендовані джерела

ОСНОВНІ:

1. Бебик В. Інформаційно-комунікаційний менеджмент у глобальному суспільстві: психологія, технології, техніка паблік рилейшнз: монографія К. : МАУП, 2005
2. Зикун Н. І. [та ін.] ; наук. ред.: Г. П. Кривошея, В. І. Шульгіна Соціальні комунікації в сучасному світі К. : КиМУ, 2015
3. Зражевська Н. І. Розуміння медіакультури комунікація, постмодерн, ідентичність, ідеології, медіаконтроль: монографія / Н. І. Зражевська [Текст]. – Черкаси: Чабаненко Ю. А., 2012. – 408 с.
4. Мас-медіа на перехідному етапі: система мас-медіа, політична комунікація, аспекти журналістики, методи дослідження Центр вільної преси, Інститут журналістики КНУ ім. Тараса Шевченка 2001
5. Медіакультура особистості: соціально-психологічний підхід : навч.-метод. посіб. Баришполець О. Т. [та ін.] ; за ред. Л. А. Найдьонової, О. Т. Баришпольця К. : НАПН України, 2010
6. Соціальні комунікації: навч.-метод. посіб. для студентів ВНЗ уклад.: Мацько Л. І., Поворознюк С. І. - К. : НПУ ім. М. П. Драгоманова, 2011
7. Соціальні комунікації в сучасному світі/ Зикун Н. І. [та ін.] ; наук. ред.: Г. П. Кривошея, В. І. Шульгіна К. : КиМУ, 2015
8. Столяренко О. Б. Психологія особистості: навч. Посібник Центр учбової літератури, 2012
9. Холод О. М. Комунікаційні технології: підручник К. : ЦУЛ, 2013
10. Шендеровський К. С. Соціальна освіта та соціальні комунікації: тексти лекцій - К. : Етна-1, 2011

Додаткові:

1. Медіа**психологія**: на перетині інформаційного та освітнього просторів: монографія / за наук. ред. Л. А. Найдьонової, Н. І. Череповської; Національна академія педагогічних наук України, Інститут соціальної та політичної психології. - К. : Міленіум, 2014
2. Найдьонова Л. А. Медіа**психологія**: основи рефлексивного підходу: підручник; Національна академія педагогічних наук України, Інститут соціальної та політичної психології. – Кировоград: Імекс-ЛТД, 2015.- 224 с.
3. Різун В.В. Маси. Текст лекцій— К.: ВПЦ “Київський університет”, 2003.— — 153с.
4. *Davis, R. A., Flett, G. L., & Besser, A. [Validation of a new scale for measuring problematic internet use: Implications for pre-employment screening](#) (англ.)// CyberPsychology & Behavior. — 2002. — No. 5. — P. 331—345.*

5. *Rachel Grieve, , Michaëlle Indian, Kate Witteveen, G. Anne Tolan, Jessica Marrington.* [Face-to-face or Facebook: Can social connectedness be derived online?](#) (англ.) // Computers in Human Behavior. — 2013.
6. *Suna P. Kinnunen, Marjaana Lindeman, Markku Verkasalo.* [Help-giving and moral courage on the Internet](#) (англ.) // Journal of Psychosocial Research on Cyberspace. — 2016.
7. Лабораторія психології масової комунікації та медіаосвіти <http://mediaosvita.org.ua/uk/> (ресурси бібліотеки)