

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
НОВОСИБИРСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ**

**Факультет психологии
Факультет журналистики**

**ОСНОВНАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ**

ПО МЕДИАПСИХОЛОГИИ

Направление подготовки
«Психология»

Квалификация (степень) выпускника: магистр
Нормативный срок освоения программы: 2 года
Форма обучения: очная

ООП разработана в рамках реализации Программы развития государственного образовательного учреждения высшего профессионального образования «Новосибирский государственный университет» на 2009 – 2018 годы

Авторы-разработчики:
Первушина О. Н., Аблажей Н. Н.

Новосибирск
2012

СОДЕРЖАНИЕ

	Стр.
1. Обоснование разработки программы	3
2. Термины, определения, обозначения и сокращения.....	5
3. Общая характеристика направления подготовки.....	6
4. Характеристика профессиональной деятельности магистра	7
5. Требования к результатам освоения магистерской программы.....	9
6. Структура ООП магистратуры.....	13
7. Примерный учебный план подготовки магистров	17
8. Требования к организации учебной и производственных практик	23
9. Аннотация основных дисциплин, определяемых вузом.....	25

1. Обоснование разработки программы

Магистерская программа по медиапсихологии представляет собой результат взаимодействия специалистов в области психологии и журналистики с целью подготовки высококвалифицированных магистров, ориентированных на изучение процессов анализа, оценки и проектирования структуры и содержания медийного пространства, а также отношений субъектов масс-медиа в современном мире. Программа направлена на подготовку профессионалов в сфере изучения процессов медиапроизводства и медиапотребления, обладающих фундаментальными знаниями в области социальной психологии, психологии личности, психологии массовых коммуникаций, ориентирующихся в общепсихологической методологии, теоретических подходах к ее предмету и исследованию многочисленных феноменов, владеющих необходимым спектром исследовательских и практических методов, технологий и техник работы и способных к самостоятельной научно-исследовательской и практической деятельности, в особенности готовых к разработке и реализации технологий и методов, способствующих развитию медиакомпетентности и формированию медиазащитенности личности.

Реализация магистерской программы осуществляется усилиями кафедры психологии личности факультета психологии НГУ, кафедры теории и истории журналистика ФЖ НГУ с привлечением специалистов других кафедр факультета психологии и университета в целом, а также специалистов из других российских и зарубежных вузов, а также специалистов смежных областей, успешно работающих в сфере массовых коммуникаций, медиаэкономики, медийного права, психологии безопасности жизнедеятельности.

Формирование и дальнейшую реализацию магистерской программы предполагается осуществлять силами не только психологов и журналистов, но и экономистов, юристов, социологов в силу междисциплинарного содержания этой дисциплины.

Актуальность разработки данной магистерской программы связана с неуклонным ростом роли медиа в современном обществе и жизни отдельной личности. Формирование современного медийного общества происходит уже не эволюционным, а революционным путем. Медиа изменяют социокультурное измерение жизни человека, превращая его в пространство сосуществования различных культур, ценностей, норм и в то же время, придавая всем им зыбкость, текучесть, неопределенность, что самым серьезным образом влияет на картину мира человека и его идентичность. Глобальное коммуникационное пространство является фактором трансформации культуры и личности. Являясь инструментом воздействия на общественное и индивидуальное сознание, медиа стремительно вторгаются в экономику, политику, образование, личную жизнь человека. В этой связи представляется необходимым изучение факторов и механизмов регуляции поведения человека в современном медийном пространстве.

Формирующаяся сегодня инфосфера – это не просто совокупность информационных средств, а особая реальность, делающая мир и человека зависящими от нее. Медийные технологии, продукты агрессивно вторгаются в мир человека, деформируя картину мира, что требует особой ответственности от производителей медийных продуктов и защищенности их потребителей. Реализация этих целей возможна при наличии посредников между потребителем и производителем медиапродукции, каковым и должен быть специалист в области медиа-психологии.

Предмет медиа-психологии только начинает вырисовываться, но уже сегодня большая часть исследователей в этой области сходятся на том, что он не ограничивается изменением поведения человека под влиянием СМИ. Предмет медиа-психологии – это процессы взаимоперехода индивидуального и коллективного сознания в массовой

коммуникации. Понятие «медиа» содержит в себе не только средства массовых коммуникаций, опосредующие трансформацию, но также момент иррациональной связи и перехода противоположностей друг в друга («медиа» как средство соединения и стадия превращения). Формирование медиапсихологии сегодня – это формирование науки о формах осуществления нелокальных психических процессов в пространстве массовых коммуникаций.

Перед представителями этой новой отрасли психологической науки стоит колоссальная задача исследования, оценки изменений человеческого сознания и личности для обеспечения психологической безопасности, экологичности этих новых состояний и переживаний человека.

Предлагаемая программа направлена на то, чтобы специалист в области медиа психологии осознавал эти реалии современного информационного общества и мог анализировать структуру и содержание медийного пространства, особенности функционирования личности в этом пространстве, умел находить и реализовывать варианты психологической помощи человеку в новой для него реальности. Программа претендует на подготовку профессионалов, которые смогут распознавать и формулировать психологические проблемы медийного пространства, планировать и реализовывать его исследования, используя ресурс психологической науки, а также смежных предметных областей.

Цель внедрения предлагаемой образовательной программы: создать образовательную среду для специалистов в области психологического сопровождения массовых коммуникаций, связей с общественностью и новых информационных технологий.

Задачи образовательной программы:

- Формирование методологической и парадигмальной научной базы для обучения специалистов-психологов в области массовой коммуникации и медиаобразования, позволяющей им занимать позицию консультанта, аналитика, эксперта, исследователя в области массовой коммуникации.
- Внедрение обучающих технологий, позволяющих обеспечить высокий профессиональный уровень подготовки специалиста-психолога в области массовой коммуникации, связей с общественностью и новых информационных технологий.
- Разработка системы тренингов, деловых игр, психологических экспертиз и мастер-классов, позволяющих создать комплекс навыков профессиональной деятельности в области массовой коммуникации, связей с общественностью и новых информационных технологий.

Методические принципы обучения:

- системности
- междисциплинарности
- научной обеспеченности учебного процесса
- интерактивности
- ролевого моделирования
- включенности в реальную деятельность массовой коммуникации, связей с общественностью и новых информационных технологий
- социальной ответственности за результат работы психолога в области СМИ, связей с общественностью и новых информационных технологий

Основная образовательная программа высшего профессионального образования (ООП ВПО) по направлению подготовки «Психология» (степень – магистр) является системой учебно-методических документов, сформированной на основе федерального государственного образовательного стандарта (ФГОС ВПО) по направлению подготовки «Психология» и «Журналистика» (степень – магистр).

Целью разработки настоящей основной магистерской программы является методическое обеспечение реализации ФГОС ВПО по данному направлению подготовки

«Психология» (степень – магистр) и разработка высшим учебным заведением основной образовательной программы соответствующего уровня ВПО (магистратура).

1.2. Право на реализацию основных образовательных программ высшее учебное заведение имеет только при наличии соответствующей лицензии, выданной уполномоченным органом исполнительной власти.

1.3. Основными пользователями настоящей магистерской программы являются:

1.3.1. Профессорско-преподавательские коллектив НГУ, ответственные за качественную разработку, эффективную реализацию и обновление основных образовательных программ с учетом достижений науки, техники и социальной сферы по данному направлению и уровню подготовки;

1.3.2. Обучающиеся (студенты), ответственные за эффективную реализацию своей учебной деятельности по освоению основной образовательной программы вуза по данному направлению подготовки (специальности);

1.3.3. Ректор и проректоры НГУ, отвечающие в пределах своей компетенции за качество подготовки выпускников;

1.3.4. Государственные аттестационные и экзаменационные комиссии, осуществляющие оценку качества подготовки выпускников;

1.3.5. Объединения специалистов и работодателей в соответствующей сфере профессиональной деятельности;

1.3.6. Организации, обеспечивающие разработку примерных основных образовательных программ по поручению уполномоченного федерального органа исполнительной власти;

1.3.7. Органы, обеспечивающие финансирование высшего профессионального образования;

1.3.8. Уполномоченные государственные органы исполнительной власти, осуществляющие аттестацию, аккредитацию и контроль качества в сфере высшего профессионального образования;

1.3.9. Уполномоченные государственные органы исполнительной власти, обеспечивающие контроль за соблюдением законодательства в системе высшего профессионального образования.

2. ТЕРМИНЫ И ОПРЕДЕЛЕНИЯ, ОБОЗНАЧЕНИЯ И СОКРАЩЕНИЯ

В настоящей Основной образовательной программе (далее ООП) используются термины и определения в соответствии с Законом РФ «Об образовании», Федеральным Законом «О высшем и послевузовском профессиональном образовании», а также с учетом рекомендаций международных организаций в сфере высшего образования:

вид профессиональной деятельности – методы, способы, приемы, характер воздействия на объект профессиональной деятельности с целью его изменения, преобразования;

зачетная единица – мера трудоемкости образовательной программы в терминах условного учебного времени, требуемого для достижения установленных результатов обучения

компетенция – способность применять знания, умения и личностные качества для успешной деятельности в определенной области.

модуль – совокупность частей учебной дисциплины, часть образовательной программы или часть учебной дисциплины, имеющая определенную логическую завершенность по отношению к установленным целям и результатам обучения, воспитания;

направление подготовки – совокупность образовательных программ для различного уровня в одной профессиональной сфере;

основная образовательная программа – совокупность учебно-методической документации, регламентирующей цели, ожидаемые результаты, содержание и реализацию

образовательного процесса по данному направлению подготовки (специальности) высшего профессионального образования, включающая в себя: учебный план, рабочие программы курсов, предметов, дисциплин (модулей) и другие материалы, обеспечивающие воспитание и качество подготовки обучающихся, а так же программы учебной и производственной практик, календарный учебный график и методические материалы, обеспечивающие реализацию соответствующей образовательной технологии;

профиль – направленность основной образовательной программы на конкретный вид или объект профессиональной деятельности;

результаты обучения – усвоенные знания, умения и освоенные компетенции;

учебный цикл – совокупность дисциплин (модулей) основной образовательной программы. Обеспечивающих усвоение знаний, умений и формирование компетенций в соответствующей сфере научной или профессиональной деятельности

В настоящей ООП используются следующие сокращения:

ВПО	высшее профессиональное образование высшего профессионального образования,
ДПК	дополнительные профессиональные компетенции
ОК	общекультурные компетенции
ОКСО	общероссийский классификатор по образованию
ООП	основная образовательная программа
ПК	профессиональные компетенции
СМИ	средства массовой информации
УМО	учебно-методические объединения
УЦ ООП	учебный цикл основной образовательной программы
УЦ ООП	учебный цикл основной образовательной программы
ФГОС ВПО	федеральный государственный образовательный стандарт

3. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА НАПРАВЛЕНИЯ ПОДГОТОВКИ

3.1. В Российской Федерации в данном направлении подготовки реализуется основные образовательные программы высшего профессионального образования на основе уровневой системы, освоение которой позволяет лицу, успешно прошедшему итоговую аттестацию, получить квалификацию (степень) «магистр»;

3.2. Нормативные сроки, общая трудоемкость освоения основных образовательных программ (в зачетных единицах) очной формы обучения и соответствующие квалификации (степени) приводятся в таблице 1.

Таблица 1

Сроки, трудоемкость освоения ООП

Наименование магистерской программы	Квалификация (степень)		Нормативный срок освоения ООП, включая последипломный отпуск	Трудоемкость (в зачетных единицах)
	Код, в соответствии с принятыми классификациями ООП			
программа магистратуры		магистр	2 года	120*

* Трудоемкость основной образовательной программы за учебный год равна 60 зачетным единицам.

4. ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ МАГИСТРОВ

4.1. Область профессиональной деятельности магистров

Область профессиональной деятельности магистров медиапсихологии включает решение комплексных задач в сфере деятельности современных медийных систем и холдингов: разработку и реализацию исследовательских проектов и технологий, направленных на анализ, диагностику, экспертизу медийного контента, структуры медийного пространства, а также безопасность и актуализацию ресурсов личности, умение анализировать эффекты и феномены взаимодействия индивидуального и коллективного сознания в медийном пространстве. Выпускники могут найти применение своих знаний и быть востребованными в центрах изучения общественного мнения, в агентствах или отделах по связям с общественностью, в государственных службах, обеспечивающих психологическую и информационную безопасность личности, в организациях образования, здравоохранения, культуры, спорта, оборонных предприятиях и т. д.

4.2. Объекты профессиональной деятельности магистров

Объектами профессиональной деятельности магистров медиапсихологии являются нелокальные психические процессы, свойства и состояния человека в пространстве массовых коммуникаций; их проявления под влиянием медийного контента, а также формирование самого этого контента, его структуры, формы, стиля под влиянием индивидуального и коллективного сознания.

4.3. Магистр по направлению подготовки «психология» по магистерской программе «Медиапсихология» готовится к следующим видам профессиональной деятельности:

- научно-исследовательская (аналитической, прогностической);
- практическая (консультативной, диагностической, экспертной, психопрофилактической);
- проектно-инновационная (диагностической, прогностической);
- организационно-управленческая;
- педагогическая (модераторской, обучающей).

Конкретные виды профессиональной деятельности, к которым в основном готовится магистр, определяются высшим учебным заведением совместно с обучающимися, научно-педагогическими работниками высшего учебного заведения и возможными работодателями.

4.4. Магистр по направлению подготовки «психология» по магистерской программе «Медиапсихология» должен быть подготовлен к решению профессиональных задач в соответствии с профильной направленностью магистерской программы и видами профессиональной деятельности:

Научно-исследовательская деятельность:

- постановка проблем исследования медийного контента и особенностей нелокальных психических процессов в медийном пространстве, обработка, анализ и систематизация информации по избранной исследовательской теме;
- постановка проблемы, обработка, анализ и систематизация научно-психологической информации по избранной исследовательской теме;

- определение задач исследования, разработка концептуальных моделей, рабочих планов и программ проведения научных исследований;
- определение предмета исследования и операционализация основных изучаемых понятий, подготовка отдельных заданий для исполнителей;
- подбор методик, планирование и организация проведения эмпирических исследований, анализ и интерпретация их результатов, построение математических моделей для изучаемой предметной области;
- подготовка научных отчетов, обзоров и публикаций по результатам выполненных исследований;
- планирование, организация и психологическое сопровождение процесса внедрения полученных разработок;
- организация научных симпозиумов, конференций, участие в работе научных форумов.

Практическая деятельность:

- разработка теоретических и методических моделей психодиагностики;
- разработка методов сбора первичных данных, их анализа и интерпретации;
- составление психодиагностических заключений и рекомендаций по их использованию в научно-исследовательской, экспертной и консультативной деятельности.
- экспертиза медиапроектов с точки зрения их психологических составляющих и последствий;
- консультирование различных медиа-холдингов и медиа-систем по психологическим проблемам, связанным с управлением человеческими ресурсами, организацией рабочих процессов, поведением потребителей продуктов (услуг) в сфере массовых коммуникаций;
- психологическое консультирование в области социальной, образовательной, политической и бизнес – деятельности в сфере массовых коммуникаций, связанной с изменением сознания и поведения человека в медиа-пространстве;
- индивидуальное консультирование в области интерперсональных отношений, профориентации и планирования карьеры, личностного роста в сфере массовых коммуникаций;
- психологическая диагностика взаимного влияния индивидуального и коллективного сознания в медийном пространстве;
- разработка, выбор и реализация адекватных медиареальности форм, методов и программ психокоррекционных мероприятий,
- организация и проведение психологической экспертизы медийных продуктов с точки зрения их потенциальной опасности (информационной и психологической) для медиа-потребителя, психологическое консультирование с целью психопрофилактики негативного воздействия медиа-сферы на человека;
- составление психодиагностических и экспертных заключений и рекомендаций по их использованию в деятельности различных организаций.

Проектно-инновационная деятельность:

- анализ медийных продуктов с точки зрения прогноза их воздействия на массовое и индивидуальное сознание;
- подбор методов психодиагностики и интервенции;
- оценка готовности массового и индивидуального сознания к потреблению готовящегося медийного продукта;
- планирование деятельности по реализации проектов в сфере массовых коммуникаций;

- психологическое сопровождение информационных воздействий.

Организационно - управленческая деятельность:

- определение целей и постановка задач психологической службы в сфере массовых коммуникаций, определение её функций и структуры;
- поиск оптимальных решений актуальных проблем на основе современной методологии и соответствующего ей психологического инструментария с учетом требований качества, надежности, валидности, стоимости, информационной, социальной и экономической безопасности;
- разработка заданий по проектированию и практическому внедрению нестандартного психологического инструментария и средств технического оснащения работы психолога-практика в сфере массовых коммуникаций;
- совершенствование методического инструментария психологических служб в сфере массовых коммуникаций; организация работы персонала подобных служб.

Педагогическая деятельность:

- определение потребностей в психологической подготовке работников сферы массовых коммуникаций; умение актуализировать потребности в новой информации, формировать требуемое содержание и находить необходимые формы и технологии обучения
- определение специфики содержания, форм и технологий психологического образования работников сферы массовых коммуникаций в системе дополнительного образования; разработка конкретных обучающих программ, выбор методов, методик и технологий обучения и реализация программ с учетом потребностей аудитории;
- системное конструирование учебного материала, проектирование учебных занятий, организация коммуникации и взаимодействия в учебных группах (умение проводить модерацию в процессе обучения);
- оценка и контроль эффективности обучения.

5. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ МАГИСТЕРСКОЙ ПРОГРАММЫ

Обучение студентов в рамках данной образовательной программы осуществляется на основе компетентностного подхода, целью которого является формирование знаний и приобретения навыков и умений для осуществления эффективной деятельности магистра, приведение квалификации выпускников в соответствие с требованиями работодателей, представляющих реальную сферу современной жизни, связанную с массовыми коммуникациями.

Магистр по направлению подготовки «МЕДИАПСИХОЛОГИЯ» в соответствии с целями основной образовательной программы и задачами профессиональной деятельности должен обладать следующими компетенциями:

а) общекультурные (ОК):

социально-личностные компетенции:

способность совершенствовать свой интеллектуальный, нравственный и общекультурный уровень, способность к развитой саморефлексии, анализу своего социального и профессионального опыта, готовность к постоянному саморазвитию, повышению квалификации и мастерства, (ОК- 1);

развитая мотивация к выполнению профессиональной деятельности, изменению ее научного и научно-практического профиля и социокультурных условий, самостоятельному овладению новыми методами исследования (ОК- 2);

наличие развитой культуры мышления, способность к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей её достижения (ОК-3);

готовность к социальному взаимодействию на основе принятых в обществе моральных и правовых норм, уважение к людям, способность руководствоваться морально-правовыми нормами в профессиональной деятельности (ОК-4);

способность свободно применять русский и иностранный языки как средства делового общения и активной социальной мобильности; повышать собственную коммуникативную компетенцию (ОК -5);

способность использовать на практике навыки и умения в организации научно-исследовательских и научно-практических работ, в управлении коллективом (ОК- 6);

способность принять ответственность за свои решения в рамках профессиональной компетенции, в том числе в ситуациях риска, выработать нестандартные решения в сложных ситуациях и добиться их реализации (ОК- 7);

наличие навыков адаптации к новым ситуациям, переоценке накопленного опыта, анализу своих возможностей, способность к активной профессиональной мобильности (ОК -8);

использование знаний правовых и этических норм при оценке последствий своей профессиональной деятельности (ОК - 9);

понимание общих закономерностей построения эффективной коммуникации с учетом основ установления психологического контакта между субъектами коммуникации, а также структуры и механизмов различных типов общения (ОК-10);

общенаучные компетенции:

способность к полному и многоаспектному использованию знаний, полученных в процессе изучения гуманитарных, социально-экономических и естественнонаучных дисциплин в своей профессиональной деятельности в целом и особенно в тех областях, которые связаны с областью углубленных научных исследований или со сферой профессионально-функциональной профилизации (ОК-10);

способность использовать современные достижения в области науки, самостоятельно приобретать с помощью информационных технологий и использовать в практической деятельности новые знания и умения, расширять и углублять своё научное мировоззрение (ОК-11);

способность использовать углублённые знания правовых и этических норм при оценке последствий своей профессиональной деятельности, при разработке и осуществлении социально значимых проектов (ОК-12);

способность демонстрировать навыки работы в научном коллективе (ОК-13);

способность генерировать новые идеи (ОК-14);

способность осознать основные проблемы своей предметной области, ориентироваться в постановке задач и определять способы их решения (ОК-15);

способность и готовность применять на практике современные методы исследования (ОК-16);

инструментальные компетенции:

свободное владение письменной и устной речью в процессе личностной и профессиональной коммуникации (ОК-17);

умение пользоваться иностранными языками как средством профессионального общения для чтения литературы (общей и профессиональной), работы в сети Интернет и других компьютерных сетях и системах (ОК-18);

способность ориентироваться в современной системе источников информации, знание и умение использовать различные программные средства и базы данных, работать с информацией в глобальных компьютерных сетях (ОК-19);

способность и готовность проводить научные исследования и адекватно оценивать их результаты (ОК-20);

умение анализировать, синтезировать и критически резюмировать информацию (ОК-21);

умение использовать современные цифровые технологии в соответствии с целями профессиональной подготовки (ОК-22);

способность оформлять и представлять результаты выполненной работы (ОК-23).

б) профессиональные (ПК):

в научно-исследовательской деятельности:

способность к обоснованию гипотез и постановке задач исследования в области медиапсихологии (ПК-1);

способность к разработке программ исследований (теоретического, эмпирического) и их методического обеспечения с использованием новейших средств сбора и обработки информации (ПК-2);

способность к совершенствованию и разработке категориального аппарата медиапсихологии (ПК-3);

разработке программ исследования (теоретического, эмпирического) медийных продуктов и их влияния на массовое и индивидуальное сознание (ПК-4);

способность к модификации и адаптации существующих технологий научно-исследовательской и практической деятельности в области медиапсихологии (ПК-5);

способность к планированию и проведению прикладных исследований в области медиапсихологии (ПК-6);

способность к выявлению специфики психического функционирования индивида в условиях медиареальности с учетом особенностей возрастных этапов, кризисов развития, факторов риска, принадлежности к гендерной, этнической, профессиональной и другим социальным группам (ПК-7);

владение навыками анализа своей деятельности как профессионального психолога и умение применять методы эмоциональной и когнитивной регуляции для оптимизации собственной деятельности и психического состояния (ПК-8);

наличие навыков рецензирования и редактирования научных и учебно-методических публикаций (ПК-9);

владение навыками подготовки научных отчетов, обзоров, публикаций по результатам выполненных исследований (ПК-10);

способность к планированию и организации внедрения результатов научных исследований (ПК-11);

в практической деятельности:

способность к постановке прикладных задач в области медиа-психологии (ПК-12);

способность к диагностике, экспертизе и коррекции психологических свойств и состояний, различных видов деятельности индивидов и групп в сфере массовых коммуникаций на основе инновационных разработок (ПК-13);

способность к созданию эффективных программ, направленных на предупреждение профессиональных рисков в сфере массовых коммуникаций (ПК-14);

способность к комплексному профессиональному воздействию на уровень развития и функционирования познавательной и мотивационно-волевой сферы, самосознания, психомоторики, функциональных состояний, личностных черт и акцентуации в норме и при психических отклонениях с целью гармонизации психологического состояния работников сферы массовых коммуникаций (ПК-15);

способность к разработке способов и механизмов воздействия на межличностные и межгрупповые отношения, а также на отношения субъекта с реальным миром и медиа-реальностью (ПК-16);

способность к постоянному повышению собственной коммуникативной компетентности (ПК-17);

способность к проведению психологических и социологических исследований аудитории различных медийных систем (ПК-18)

способность к созданию эффективных программ, направленных на предупреждение отклонений в социальном и личностном статусе и развитии потребителей различных медиа-продуктов (ПК-19);

способность к эффективному взаимодействию с прессой, к публичным выступлениям, проведению интервью, пресс-конференций (ПК-20);

способность к психологическому сопровождению информационных кампаний (ПК-21);

способность к проведению психологического анализа медийного рынка (ПК-22);

способность к управлению ресурсами внимания и памяти, а также владению навыками саморегуляции, снятию информационной и эмоциональной перегрузок, психологической защите от стрессогенных факторов (ПК-23);

в проектно – инновационной деятельности:

способность к пониманию и постановке инновационных профессиональных задач в области научно-исследовательской и практической деятельности в сфере взаимодействия личности с медиа-пространством (ПК-24);

способность к проведению психологических исследований на основе применения общепрофессиональных знаний и умений в сфере медиа-психологии (ПК-25);

способность к выбору и применению психологических технологий, позволяющих осуществлять решение задач в профессиональной практике (ПК-26);

наличие навыков создания и применения психодиагностических и коррекционных методик, адекватных целям, ситуации и контингенту респондентов для профессиональной экспертизы эффективности реализации инновационной деятельности в области масс-медиа (ПК-27);

выбору и применению психологических технологий, позволяющих осуществлять решения новых задач в области масс-медиа (ПК-28);

в педагогической деятельности:

способность к разработке программ новых и совершенствованию существующих учебных курсов в области медиа-психологии (ПК-29);

способность к проектированию, реализации и оценке учебно-воспитательного процесса (ПК-30);

способность к подготовке и проведению различных форм организации обучения в системе высшего и дополнительного образования (ПК-31);

способность к обеспечению профессиональной подготовки психологических кадров (ПК-32);

наличие навыков руководства курсовыми и дипломными работами студентов (ПК-33);

способность к проектированию и реализации обучающих программ и инновационных технологий повышения квалификации и переподготовки психологических кадров (ПК-34);

способность и готовность к просветительской деятельности среди населения с целью повышения уровня психологической культуры общества и роста возможностей защиты от манипуляций (ПК-35);

в организационно-управленческой деятельности:

способность к мониторингу потребностей в основных видах психологических услуг в профессионально-предметной области (ПК-36);

наличие навыков организации работы психологической службы в сфере массовых коммуникаций (ПК-37);

способность к поиску оптимальных решений профессиональных задач с учетом их валидности, стоимости, информационной, социальной и экономической безопасности (ПК-38);

способность к решению управленческих задач в реальных условиях (ПК-39);

способность к установлению творческих и профессиональных контактов с психологическими и непсихологическими организациями и службами (ПК-40);

наличие навыков подготовки служебных документов и ведению деловой переписки (ПК-41);

способность к реализации организационно-правовых основ профессиональной деятельности (ПК-42).

6. Структура ООП магистратуры

Таблица 2

Код	Учебные циклы и проектируемые результаты их освоения	Трудоемкость (Зачетные единицы) ¹⁾	Перечень дисциплин для разработки примерных программ, учебников и учебных пособий	Коды формируемых компетенций
М.1	Общенаучный цикл Базовая часть В результате изучения базовой части учебного цикла студент должен: Знать: – философско-методологические концепции психологической науки; – современные теории массовой коммуникации, особенности коммуникативных процессов и специфику функционирования современных медиа; – содержание и структуру научно-исследовательской деятельности, принципы разработки методологии и организации фундаментально-теоретических и прикладных исследований в области медиапсихологии; – основы компьютерных технологий,	16 8	Психология массовых коммуникаций Основы медиапсихологии и Современные теории массовых коммуникаций Психология безопасности	ОК – 1-5 ОК – 7 ОК –11 ОК –12 ОК –15-17 ОК –19-24 ПК – 1 ПК –3-10 ПК –12-15 ПК –17-20

	<p>применяемых при сборе, хранении, обработке, анализе, передаче и представлении информации, функционирующей в медиасфере.</p> <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – использовать знания в области философско-методологических основ психологической науки и теории массовой коммуникации в научно-исследовательской и профессиональной деятельности; – для проведения научно-исследовательской работы выделить актуальную проблему, сформулировать гипотезу, разработать программу, выбрать адекватные методы, собрать, проанализировать и интерпретировать эмпирическую информацию, сформулировать выводы, имеющие научно-практическую значимость, презентовать результаты работы; – применять знания исследовательского характера в практической профессиональной деятельности. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – основами методологии медиапсихологического воздействия при работе с индивидом, группами, сообществами. 			
	<p>Вариативная часть (Знания, умения, навыки определяются ООП вуза)</p>			
<p>М.2</p>	<p>Профессиональный цикл</p> <p>Базовая (общепрофессиональная) часть В результате изучения базовой части учебного цикла магистр должен:</p> <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – специфику медиапсихологии как социокультурного феномена; - психологические проблемы медиакультуры, основные технологии и приемы психологического воздействия в сфере медиа; - современные проблемы и тенденции развития теоретической и прикладной психологии, – принципы деонтологии, правовые и этические нормы медиапсихологии; 	<p>48</p> <p>18</p>	<p>Психологические проблемы медиакультуры</p> <p>Психология воздействия</p> <p>Конвергентная журналистика</p> <p>Деонтология журналистики</p> <p>Современный медиатекст</p> <p>Прикладная медиапсихологи</p>	<p>ОК – 1-4</p> <p>ОК –6</p> <p>ОК –7</p> <p>ОК –9</p> <p>ОК –11-13</p> <p>ОК –15-18</p> <p>ОК –20-22</p> <p>ПК – 1-15</p> <p>ПК –19</p>

<p>– современную структуру медиасистем, тенденции и перспективы развития отечественной и мировой медиаиндустрии;</p> <p>– основы прикладной медиапсихологии, базовые процедуры оказания психологической помощи индивидам, группам, сообществам;</p> <p>– специфику современного медиатекста и его разновидности;</p> <p>– инновационные технологии и методики преподавания психологии и медийных наук;</p> <p>- современные компьютерные технологии, применяемые при решении профессиональных психологических задач.</p> <p><u>Уметь:</u></p> <p>– выявлять специфику функционирования медиасферы с точки зрения индивидуальной и групповой психологии;</p> <p>- анализировать контент современных СМИ с точки зрения социальной значимости, культууроформирующей роли и психологического воздействия;</p> <p>– следовать принципам деонтологии, этическим и правовым нормам;</p> <p>- анализировать и сопоставлять психологические теории в контексте развития медиапсихологии;</p> <p>– формировать и реализовывать медиасредствами программы и технологии, направленные на предупреждение возможных нарушений психического здоровья человека;</p> <p>– самостоятельно использовать компьютерные технологии для решения различных профессиональных задач;</p> <p>- планировать, осуществлять, рефлексировать и статистически обрабатывать результаты проведенных исследований.</p> <p><u>Владеть:</u></p> <p>– навыками создания аналитических текстов;</p> <p>- приемами комплексного психологического воздействия медиасредствами на уровень развития и функционирования познавательной и мотивационно-волевой сферы человека, самосознания, психомоторики, способностей, характера, функциональных</p>		<p>я</p> <p>Инновационные технологии в преподавании психологии и медийных наук</p>	
---	--	--	--

	состояний, личностных черт с целью гармонизации психического функционирования человека; - способами организации работы психологической службы в медиасфере; - приемами пропаганды психологических знаний среди работников медиасферы с целью повышения уровня их психологической культуры; - технологиями проектирования, реализации и оценивания учебно- воспитательного процесса в учебных заведениях в сфере дополнительного профессионального образования.			
	Вариативная часть (Знания, умения, навыки определяются ООП вуза)	30		
М.3	Практика и научно-исследовательская работа практические умения и навыки определяются ООП вуза	36		ОК – 1 ОК – 2 ОК – 4 ОК – 5 ОК – 10-24 ПК – 1-19
М.4	Итоговая государственная аттестация (государственный экзамен и защита магистерской диссертации)	20		ОК – 1 ОК – 2 ОК – 4 ОК – 12 ОК – 13 ОК – 15-18 ОК – 20-24 ПК – 1-10 ПК – 12-19
	Общая трудоемкость основной образовательной программы	120		

¹⁾Трудоемкость циклов М.1, М.2 и раздела М.3 включает все виды текущей и промежуточной аттестаций.

7. ПРИМЕРНЫЙ УЧЕБНЫЙ ПЛАН ПОДГОТОВКИ МАГИСТРА МЕДИАПСИХОЛОГИИ

Квалификация - магистр
Нормативный срок обучения – 2 года

№ п/п	Наименование дисциплин (в том числе практик)	Зачет- ные едини- цы	Часы
		Трудоемкость по ФГОС	Трудоемкость
1	2	3	4
М.1 Общенаучный цикл		16	576
	Базовая часть	8	288
	Психология массовой коммуникации	2	72
	Основы медиапсихологии	2	72
	Основы теории коммуникации	2	72
	Психология безопасности	2	72
	Вариативная часть, в т.ч. дисциплины по выбору студента – 3 зачетных ед.	8	288
	Конвергентная журналистика	3	108
	Работа с медиатекстом	3	108
	Проблемы информационного общества	2	72
М.2 Профессиональный цикл		48	1728
	Базовая (общепрофессиональная) часть	18	648
	Актуальные проблемы теории и практики современной медиапсихологии	4	144
	Методы социально-психологического анализа медийных продуктов	3	108
	Психология журналистского творчества	4	144
	Информационные и коммуникационные технологии в деятельности психолога	2	72
	Инновационные технологии в преподавании психологии и медийных наук	2	72
	Психология виртуальной коммуникации	3	108
	Вариативная часть, в т.ч. дисциплины по выбору студента	30	1080
	Обязательные дисциплины	18	648
	Методология и методы современных медиаисследований	3	108
	Коммуникативные стратегии и технологии СМИ	4	144
	Деонтология медиапсихологии	2	72
	Эффекты воздействия СМИ	2	72
	Проблема идентичности в современной психологии	4	144
	Мифы и символы современного сознания	3	108

	Дисциплины по выбору	12	432
	Экспертиза медийных продуктов	2	72
	Психология публичной коммуникации	2	72
	Разработка медийного текста	2	72
	Медиа-психологический консалтинг	2	72
	Основы медийной компетентности	2	72
	Язык и стиль современных СМИ	2	72
	Эффективные переговоры	2	72
	Основы имиджелогии	2	72
	Основы конфликтологии	2	72
	<i>М.3 Практика и научно-исследовательская работа</i>	36	1296
	<i>М.4 Итоговая государственная аттестация</i>	20	720
	<i>Всего:</i>	120	4320

8. Практика и научно-исследовательская работа

Раздел основной образовательной программы магистратуры «Практика и научно-исследовательская работа» является обязательным и представляет собой вид учебных занятий, непосредственно ориентированных на профессионально-практическую подготовку обучающихся. Магистратура является и следовательской школой, задача которой - подготовить выпускников к научным исследованиям, обучить их современной методологии и методике научной работы.

При реализации ООП «Медиапсихология» факультетом психологии НГУ предусматриваются следующие виды практик:

- производственная практика;
- научно-педагогическая (профессионально-образовательная) практика;
- преддипломная практика.

Целью практик является формирование, расширение и углубление профессиональных умений и навыков приобретенных в процессе обучения.

Практики могут проводиться в сторонних организациях, связанных с производством, реализацией, анализом, оценкой и экспертизой медиаконтента, в соответствии с договорами, заключённым с этими организациями Новосибирским государственным университетом, или на кафедрах, в лабораториях, иных структурных подразделениях Новосибирского государственного университета, обладающих необходимым кадровым и научно-техническим потенциалом для руководства деятельностью магистранта.

1. Производственная практика нацелена на:

- формирование профессиональной позиции медиапсихолога сфере мировоззрения, стиля поведения, освоение профессиональной этики;
- формирование профессиональной направленности в отношении к образовательному процессу в ВУЗе;
- применение знаний, умений и навыков, полученных в процессе обучения для решения конкретных практических задач;
- овладение общими профессиональными умениями и навыками (самоорганизация: следование режиму работы учреждения, планирование своей работы и т. д., контакты и сотрудничество с коллегами по работе, руководителями организации и ее подразделений, изучение рабочих документов регламентирующих профессиональную деятельность психолога и др.);
- знакомство со спецификой деятельности медиапсихолога в учреждениях соответствующего профиля.

Содержание производственной практики включает в себя:

- знакомство с содержанием, спецификой, формами и методами работы медиапсихолога;
- знакомство с организациями, деятельность которых связана с производством и реализацией медийных продуктов;
- знакомство с потребностями производителей медийной продукции;
- участие в разработке и реализации проектов создания медийных продуктов, их анализа, оценки;
- ознакомиться с функциями и задачами психолога, участвующего в медийных проектах;
- в соответствие с программой практики и актуальными задачами организации или учреждения участвовать в осуществлении экспертизы медийных продуктов;
- на основе полученных данных, теоретических знаний и практических умений и навыков предложить практические рекомендации по повышению эффективности воздействия медийной продукции и дать прогноз ее жизнеспособности.

Аттестация по итогам производственной практики включает представление письменного отчета, отзыв руководителя с места прохождения практики о качестве ее прохождения, обсуждение хода и результатов практического закрепления теоретических знаний в конкретной сфере профессиональной психологической деятельности на кафедре, подразделении, или итоговой конференции. На основании обсуждения результатов выставляется зачет с дифференцированной оценкой.

2. Научно-педагогическая (профессионально-образовательная) практика. Программа магистерского уровня подготовки не ставит целью сформировать преподавателя для профессионального и высшего образования, но создает условия для приобретения собственного опыта для выработки соответствующего профессионального мышления и мировоззрения. Программа научно-педагогической практики позволяет магистранту овладеть знаниями по педагогике и технологии профессионального обучения, психологии обучения различных возрастных категорий обучающихся. Научно-педагогическая практика предполагает овладение магистрантами разнообразными видами педагогической деятельности: познавательной, проектировочной, организационной, коммуникативной, диагностической, аналитико-оценочной, рефлексивной, исследовательско-творческой; овладение базовыми умениями и навыками преподавания психологии; ознакомление с организацией и содержанием работы преподавателя психологии в ВУЗе и формирование профессиональной направленности.

Аттестация по итогам учебно-ознакомительной практики проводится в виде письменного отчета, включающего в себя разработанную учебную программу определенной дисциплины, включая учебный план, требования к организации учебного процесса, осознание места дисциплины в общей образовательной программе и ее связи с другими дисциплинами, описание форм и методов работы, конспект лекций, планы семинарских занятий. Кроме того, магистрант должен в рамках прохождения данного вида практики провести несколько реальных лекционных и семинарских занятий с супервизией преподавателя-руководителя практики. Все эти виды деятельности описываются в результирующем отчете магистранта, который он сдает ответственному за организацию практики на факультете вместе с отзывом своего руководителя, на основании чего выставляется зачет.

3. Преддипломная практика. Для приобретения необходимых умений, навыков и опыта практической работы по изучаемой специальности «Медиапсихология» в соответствии с государственным образовательным стандартом в обязательном порядке студенты проходят преддипломную практику общей продолжительностью не менее 12 недель. В результате прохождения преддипломной практики студент должен иметь необходимый материал для выполнения выпускной квалификационной работы.

Цели практики:

- овладение базовыми умениями и навыками научно-исследовательской работы.
- ознакомление с организацией и содержанием исследовательской работы;
- формирование профессиональной направленности.

Содержание практики: планирование, подготовка, проведение научного эмпирического исследования или участие в конкретном научном (фундаментальном или прикладном) исследовательском проекте базовой организации или учреждения.

Тема магистерской диссертации должна обладать свойствами актуальности и новизны и утверждаться выпускающей кафедрой. Студенту-магистранту предоставляется право выбора темы квалификационной работы. Тема и научный руководитель диссертации утверждаются в начале второго года обучения в магистратуре.

Аттестация по итогам преддипломной (научно-исследовательской) практики предполагает два этапа предзащиты и собственно защиту квалификационной работы (магистерской диссертации), которая является формой итоговой аттестации магистрантов.

Квалификационная работа магистра (магистерская диссертация) завершает подготовку в магистратуре (II ступень высшего образования) и является самостоятельным научным исследованием.

Магистерская диссертация по направлению подготовки «Психология» (программа «Медиапсихология») представляет собой выпускную квалификационную работу, научное содержание которой отражает ход и результаты исследования. Диссертация должна отражать образовательный уровень выпускника магистратуры и свидетельствовать о наличии у него умений и навыков, присущих специалисту в области массовой информации и коммуникации.

Содержание работы и публичная защита ее дают возможность оценить уровень подготовки выпускника магистратуры факультета: владение навыками научно-исследовательской и практической работы в области полученной специальности; способности творческого применения накопленных знаний.

Диссертация магистра должна отвечать следующим требованиям:

- соответствовать современному уровню развития науки, в том числе зарубежной;
- представлять собой разработку актуальной для науки и практики темы;
- содержать принципиально новый материал, включающий описание новых фактов, явлений и закономерностей, или интерпретацию ранее известных положений с других научных позиций или в другом аспекте;
- иметь внутреннее единство;
- отличаться обоснованностью суждений и точностью приводимых данных;
- содержать всесторонне аргументированные выводы, являющиеся логическим следствием анализа изучаемого материала и обобщающие основные итоги исследования;
- содержать результаты, свидетельствующие о наличии у автора навыков и компетенций в избранной области профессиональной деятельности, доказывающие его способность к ведению самостоятельных научных исследований и решению конкретных научных задач.

Структуру магистерской диссертации должна отличать четкость, логическая и системная взаимозависимость и взаимообусловленность ее компонентов. Рекомендуемый объем: до 100 страниц машинописного текста. Работа строится на обширном материале, отличается глубиной проводимого анализа и теоретической значимостью выводов, практической направленностью полученных результатов.

АННОТАЦИИ ОСНОВНЫХ ДИСЦИПЛИН, ОПРЕДЕЛЕННЫХ ВУЗОМ

ОБЩЕНАУЧНЫЙ ЦИКЛ. БАЗОВАЯ ЧАСТЬ

ПСИХОЛОГИЯ МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ

Программа курса «Психология массовых коммуникаций» составлена в соответствии с требованиями к обязательному минимуму содержания и уровню подготовки дипломированного магистра медиапсихологии по циклу «Общенаучных дисциплин» по направлению «Психология», а также задачами, стоящими перед Новосибирским государственным университетом по реализации Программы развития НГУ.

Общая трудоемкость дисциплины «Психология коммуникаций» составляет 2 зачетных единицы или 72 часа.

1. Цели и задачи дисциплины:

Целью курса является овладение основами знаний в сфере современных СМИ, истории их становления, развития и актуального состояния. Курс содержит основы знаний о психологическом воздействии СМИ, об особенностях изменения сознания и состояния человека под воздействием СМИ.

Основные задачи курса: в результате освоения дисциплины студент должен

Знать:

- основные отечественные и зарубежные теории массовой коммуникации;
- основные методологические подходы к изучению современного информационного пространства;
- психологические особенности воздействия СМИ на индивидуальное и коллективное сознание;
- природу информационных технологий и быть способным рассматривать ее как на психологическом, так и на культурологическом и философском уровнях.
- психологическую и психофизиологическую природу воздействия информационной среды на массовое сознание и поведение;

Уметь:

- классифицировать методы исследования информационного пространства по различным основаниям (качественные, количественные, сравнительно-эволюционные, лонгитюдные и др.) и применять их адекватно научной и практической задаче.
- разрабатывать и реализовывать программу изучения различных феноменов информационного пространства.

Владеть:

- технологией, методами и методиками консультативной деятельности в сфере массовых коммуникаций.

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы:

Курс «Психология массовых коммуникаций» принадлежит профессиональному циклу дисциплин.

Связь с предшествующими дисциплинами. Дисциплина «Психология массовых коммуникаций» строится с опорой на следующие курсы: «Социальная психология» (с которой студенты знакомы в рамках программы бакалавриата), «Актуальные проблемы теории и практики современной медиапсихологии», «Информационные и коммуникационные технологии в деятельности психолога». *Требования к «входным» знаниям, умениям и готовностям обучающегося.* Для успешного освоения дисциплины студент должен знать основные методы психологии; понимать проблематику современного информационного общества и силу власти информации, владеть методами психологического воздействия и уметь противостоять психологической агрессии.

Связь с последующими дисциплинами. Знания и умения, полученные в ходе освоения данной дисциплины, могут задействоваться в последующих курсах, связанных с психологией влияния, психологией безопасности, коммуникативными стратегиями и технологиями СМИ, психологией журналистского творчества, психологией виртуальной коммуникации и т. д.

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

способность и готовность к:

- использованию системы категорий и методов, необходимых для решения типовых задач в различных областях профессиональной практики (ОК-4);
- осуществлять психологическое вмешательство и воздействие с целью оптимизации психического функционирования индивида, группы, сообщества в различных сферах жизнедеятельности (ПК-8);
- пониманию и постановке профессиональных задач в области научно-исследовательской и практической деятельности (ПК-10);
- участию в проведении психологических исследований на основе применения общепрофессиональных знаний и умений в различных научных и научно-практических областях психологии (ПК-11);
- проведению стандартного прикладного исследования в определённой области психологии (ПК-12);
- самостоятельному овладению новыми методами исследования, к изменению научного и научно-практического профиля своей профессиональной деятельности, к изменению социокультурных условий деятельности (ОК- 2);
- адаптации к новым ситуациям, переоценке накопленного опыта, анализу своих возможностей (ОК -7);
- обоснованию гипотез и постановке задач исследования в определенной области психологии (ПК-1);
- разработке программ исследования (теоретического, эмпирического) и их методического обеспечения с использованием новейших средств (ПК-2);
- созданию нового знания на основе исследования в избранной сфере подготовки (ПК-4);
- модификации и адаптации существующих технологий научно-исследовательской и практической деятельности в определенной области психологии (ПК-6);
- планированию и проведению прикладного исследования в определенной области применения психологии (ПК-7);
- подготовке научных отчетов, обзоров, публикаций по результатам выполненных исследований (ПК-14);
- постановке прикладных задач в определенной области применения психологии (ПК-16).

ОСНОВЫ МЕДИАПСИХОЛОГИИ

Программа дисциплины «Основы медиапсихологии» составлена в соответствии с требованиями к содержанию и уровню подготовки магистра Федерального государственного образовательного стандарта высшего профессионального образования по направлению «психология», а также задачами, стоящими перед Новосибирским государственным университетом и предназначена для магистров первого года обучения.

Данный курс знакомит студентов с понятием медиапсихологии, ее предметом, который понимается как процессы взаимоперехода индивидуального и коллективного сознания в массовой коммуникации. «Медиа» здесь не только средства массовой коммуникации, опосредующие трансформацию, но также момент иррациональной связи и перехода

противоположностей друг в друга («медиа» как средство соединения и стадия превращения).

Курс позволяет студентам воспринять медиапсихологию как науку о формах осуществления нелокальных психических процессов в пространстве массовой коммуникации.

В современном мире реальные события – факты - тесно перплетены с субъективными версиями и страхами – фантомами – коллективного бессознательного. Адекватное понимание происходящего возможно только путем изучения основных закономерностей гиперпсихики, проявляющих себя в сущностных феноменах медиапсихологии.

Переход от реальных фактов к сущностным феноменам с целью идентификации фантомов коллективной психики является одной из важнейших задач медиапсихологии, средством повышения прозрачности и психологической безопасности массовой коммуникации.

Различение фактов и фантомов становится насущной задачей каждого современного человека, если он не хочет стать жертвой - жертвой заражения медиавирусами, объектом психологических манипуляций, мишенью информационных атак, заложником политтехнологических стратегий. Агрессивно-поглощающая информационная среда и есть реальность, с которой приходится сталкиваться человеку практически каждую минуту в гиперпространстве массовой коммуникации.

Фантом ирреален, ему ничто в действительности не соответствует. Если архетип – жизненно важная психическая функция, изоморфная структуре реальности, то фантом отражает некую вымышленную, искаженную псевдореальность.

Возникновение фантомов может быть как спонтанным, вследствие естественных процессов и сбоев в работе психики, так и целенаправленным, вследствие усилий политтехнологов, представителей бизнеса и стратегов информационных войн. Разработка и внедрение некой псевдореальности, выгодной в коммерческом или политическом отношении, становится заветной чертой современных идеологов, верящих во всемогущество СМИ. В связи с этим со всей остротой встает вопрос о возможности и насущной необходимости обнаружения и обезвреживания информационных фантомов, индикации истины и лжи в медиасообщении.

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы:

Курс «Основы медиапсихологии» принадлежит общенаучному циклу дисциплин.

Связь с предшествующими дисциплинами. Дисциплина «Основы медиапсихологии» строится с опорой на следующие курсы: «Психология массовых коммуникаций», Социальная психология» (с которой студенты знакомы в рамках программы бакалавриата), «Актуальные проблемы теории и практики современной медиапсихологии», «Информационные и коммуникационные технологии в деятельности психолога». *Требования к «входным» знаниям, умения и готовностям обучающегося.* Для успешного освоения дисциплины студент должен знать основные методы психологии; понимать проблематику современного информационного общества и силу власти информации, владеть методами психологического воздействия.

Связь с последующими дисциплинами. Знания и умения, полученные в ходе освоения данной дисциплины, могут задействоваться в последующих курсах, связанных с психологией безопасности, коммуникативными стратегиями и технологиями СМИ, психологией журналистского творчества, психологией виртуальной коммуникации и т. д.

Общая трудоемкость дисциплины «Основы медиапсихологии» составляет 2 зачетных единицы или 72 часа.

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения курса: ПК-2, ПК -3, ПК -5, ПК – 6, ПК – 7, ПК-10, ПК-12, ПК –13, ПК – 16, ПК – 17.

ОСНОВЫ ТЕОРИИ КОММУНИКАЦИИ

Программа дисциплины «Основы теории коммуникации» составлена в соответствии с требованиями к обязательному минимуму содержания и уровню подготовки магистра по циклу профессиональных дисциплин по программе «Медиапсихология», а также задачами, стоящими перед Новосибирским государственным университетом по реализации Программы развития НГУ. Дисциплина предназначена для магистров первого года обучения.

Общая трудоемкость дисциплины «Основы теории коммуникаций» составляет 2 зачетных единицы или 72 часа.

Дисциплина закладывает теоретико-методологические основы освоения в магистратуре широкого спектра знаний в сфере массовых коммуникаций. Обширная теоретико-методологическая база, комплексный характер данной дисциплины (необходимы знания в области философии, социологии, экономики, общей психологии) определяют целесообразность её преподавания на начальном этапе обучения, когда закладываются основы будущей углубленной специализации. Знания, полученные из данного курса, необходимы для последующего освоения узкоспециализированных программ в рамках магистерской подготовки, написания диссертации и дальнейшей профессиональной деятельности. Основной целью освоения дисциплины является формирование у студентов системы представлений и категорий в сфере теории коммуникации и ее прикладных аспектов.

Проблематика коммуникативных явлений и процессов представлена в курсе в широком научном контексте, охватывающем базовые элементы семиотики, лингвистики, филологии, культурологии и других гуманитарных дисциплин. Задачи курса состоят в овладении студентами основных методов и приемов анализа коммуникативных явлений в различных сферах общества, опираясь на фундаментальные представления о коммуникативных процессах. Обосновывается генезис теорий масс-медиа, приводятся основные концепции и модели теории массовой коммуникации, закономерности эволюции технических средств коммуникации от книги до новых медиа. Показано, что медиа представляют собой механизм связи между отправителем и получателем сообщения; как посредством медиа замыкается цикл информационного обмена, создаются условия для реализации массовой коммуникации. Большое внимание уделяется теме глобализации и роли массмедиа в современном глобализирующемся мире; теме медиа и власти в современной России. На основе теорий общества и средств массовой коммуникации обосновывается концепция информационного общества, в рамках которого приобретает особое звучание проблема массовой коммуникации и массовой культуры. Сам феномен коммуникации в рамках данной дисциплины рассматривается, исходя социальных и культурных факторов, с использованием методологии и методов социологического и социально-психологического анализа.

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения курса: ПК-5, ПК-10, ПК-12, ПК – 16, ПК – 17.

Основная литература:

Бугайский М. Язык коммуникации. Харьков, 2010.

Карпунин О., Макаревич Э. Формирование масс: природа общественных связей и технологии "публич рилейшнз": Опыт историко-социологического исследования. Калининград, 2001

- Кастельс М.* Информационная эпоха: экономика, общество и культура. М., 2000.
- Кашкин В.Б.* Введение в теорию коммуникации. Воронеж, 2000
- Майерс Дэвид.* Социальная психология. Интенсивный курс. СПб., 2002.
- Маклюэн М.* Понимание медиа. М. : Жуковский, 2003.
- Назаретян А. П.* Агрессивная толпа, массовая паника, слухи. Лекции по социальной и политической психологии. СПб., 2004.
- Назаров М. М.* Массовая коммуникация и общество: Введение в теорию и исследования. М., 2010.
- Назарчук А. В.* Теория коммуникации в современной философии. М., 2009.
- Прайс М.* Телевидение, телекоммуникации и переходный период. М., 2000
- Терин В. П.* Массовая коммуникация. Исследование опыта Запада. М., 2000.
- Тоффлер О.* Третья волна. М., 2002
- Уэбстер Ф.* Теории информационного общества. М., 2004.
- Федотова Л. Н.* Социология массовой коммуникации. М., 2009.
- Фомичева И. Д.* Социология СМИ. М., 2007.
- Черных А. И.* Социология массовых коммуникаций. М., 2008.
- Шалак В. И.* Современный контент-анализ. Приложения в области политологии, рекламы, социологии, экономики, психологии, культурологии. М., 2006.
- Эко Умберто.* Роль читателя. Исследования по семиотике текста. М., 2005.
- Ясавеев И.* Средства массовой коммуникации и социальные проблемы (хрестоматия). Казань, 2000

ПСИХОЛОГИЯ БЕЗОПАСНОСТИ

Программа дисциплины «Психология безопасности» составлена в соответствии с требованиями к содержанию и уровню подготовки магистра Федерального государственного образовательного стандарта высшего профессионального образования по направлению «психология», а также задачами, стоящими перед Новосибирским государственным университетом и предназначена для магистров первого года обучения.

Защита информационного пространства от загрязнения и манипулирования – главное условие сохранения общей психической адекватности, а значит, выживания социума.

Необходимость сохранения культурногенетической аутентичности психики и массовой коммуникации обуславливает развитие трех взаимосвязанных направлений медиапсихологии: медиааналитики, медиатерапии и медиаобразования.

В задачи медиааналитики входит анализ контента м. к. с точки зрения соблюдения принципов информационно-психологической безопасности, выявление психотехнологий массовых информационных кампаний и их последствий, психологические, юридические и этические аспекты журналистской деятельности. В настоящее время классифицированы возможные патогенные факторы журналистского воздействия, разработаны основные категории экспертизы контента массовой коммуникации.

Отсюда вытекает необходимость разработки систем и способов психологической защиты от патогенных информационных технологий, что составляет предмет медиатерапии. В задачи медиатерапии входит профилактика и реабилитация информационных травм аудитории, психологическое восстановление посредством массовой коммуникации, стабилизация психических состояний, формирование адекватных контролируемых реакций, содействие национальной самоидентификации и личностному самоопределению индивидов.

Расширение знаний аудитории об основных приемах воздействия СМИ и современных коммуникативных технологиях повышает информационно-психологическую защищенность участников массовой коммуникации и в связи с этим является основной задачей медиаобразования – третьего направления медиапсихологии. Медиаобразование

обращено ко всему обществу, включая и самих журналистов, которые зачастую первыми подвергаются деструктивному воздействию манипулятивных технологий и, не имея возможности в полной мере оперативно осмыслить происходящее, транслируют собственные травматические переживания и неадекватные реакции по каналам массовой коммуникации.

Место дисциплины в структуре образовательной программы:

Курс «Психология безопасности» принадлежит общенаучному циклу дисциплин.

Связь с предшествующими дисциплинами. Дисциплина «Психология безопасности» строится с опорой на следующие курсы: «Психология массовых коммуникаций», «Основы медиапсихологии», «Актуальные проблемы теории и практики современной медиапсихологии». *Требования к «входным» знаниям, умения и готовностям обучающегося.* Для успешного освоения дисциплины студент должен знать основные методы психологии; основные понятия, категории и проблемы медиапсихологии, понимать проблематику современного информационного общества и силу власти информации, владеть методами психологического воздействия и психологической защиты.

Связь с последующими дисциплинами. Знания и умения, полученные в ходе освоения данной дисциплины, могут задействоваться в последующих курсах, связанных с коммуникативными стратегиями и технологиями СМИ, психологией журналистского творчества, психологией виртуальной коммуникации и т. д.

Общая трудоемкость дисциплины «Психология безопасности» составляет 2 зачетных единицы или 72 часа.

Компетенции, формируемые в ходе освоения курса: ПК-2, ПК -3, ПК -5, ПК – 6, ПК – 7, ПК-10, ПК-12, ПК –13, ПК – 16, ПК – 17.

ОБЩЕНАУЧНЫЙ ЦИКЛ. ВАРИАТИВНАЯ ЧАСТЬ

КОНВЕРГЕНТНАЯ ЖУРНАЛИСТИКА

Программа дисциплины «Конвергентная журналистика» составлена в соответствии с требованиями к содержанию и уровню подготовки магистра по направлению «медиапсихология», а также задачами, стоящими перед Новосибирским государственным университетом, и предназначена для магистров первого года обучения.

Общая трудоемкость дисциплины «Конвергентная журналистика» составляет 3 зачетных единицы или 108 часов.

Под конвергентной журналистикой понимается процесс слияния, интеграции информационных и коммуникативных технологий в единый информационный ресурс. Журналистская деятельность трансформировалась из-за интеграции различных средств массовой информации: телевидения, радио, печати и Интернета. Сегодня журналистам необходимо обладать как знаниями о классических методах работы в медиаиндустрии, так и профессионально владеть мультимедийными средствами работы с информацией, что подразумевает подготовку конвергентных журналистов, журналистов-универсалов для сферы медиа, способных производить «новые» формы подачи медиапродукта: он-лайн газета, радио в интернете, веб-телевидение.

Данный курс рассматривается как подготовка к работе в сфере Интернет-журналистики, для работы в интернет-редакциях классических и новых СМИ (газет, журналов, телеканалов и радиостанций) в соответствии с актуальными требованиями к созданию текстов и мультимедийных материалов на новейших технологических платформах; предполагает изучение передовых российских и западных медиа-моделей, прогрессивных идей в области интерактивных технологий и социальных аспектов интернет-коммуникации.

Курс сочетает теоретическую и практическую направленность.

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения курса: ПК-1, ПК-2, ПК-3, ПК-15, ПК-16, ПК-19, ПК-20, ПК-21, ПК-32.

Основная литература:

Интернет-СМИ. Теория и практика / Под ред. М. Лукиной. М., 2010.

Интернет и интерактивные электронные медиа. Ч. 2. М., 2007.

Медиаконвергенция и мультимедийная журналистика. Материалы к обучающим семинарам. Екатеринбург, 2010.

О'Рейли Т. Что такое Веб 2.0? // Компьютера. 2005.
<http://www.computerra.ru/think/234100/>

Попов А.В. Блоги. Новая сфера влияния. М., 2008.

Черных А.И. Мир современных медиа. М., 2007.

Кастельс М. Галактика Интернет. Размышления об Интернете, бизнесе и обществе. М., 2004.

Кастельс М., Киселева Э. Россия в информационную эпоху // Мир России, 2001. № 1.

СОВРЕМЕННЫЙ МЕДИАТЕКСТ

Программа дисциплины «Современный медиатекст» составлена в соответствии с требованиями к обязательному минимуму содержания и уровню подготовки магистров по направлению «медиапсихология», а также с задачами, стоящими перед Новосибирским государственным университетом, и предназначена для магистров первого года обучения.

Общая трудоемкость дисциплины «Современный медиатекст» составляет 3 зачетных единицы или 108 часов.

Современная концепция медиатекста непосредственно связывается специалистами со сферами медиапрактики – журналистики, рекламы и PR. Подобный подход означает рассмотрение медиатекста как интегрального, с позиций смежных и специальных дисциплин, таких как социолингвистика, теория текста, функциональная лингвистика, риторика, прагматика, семиотика, технологии производства рекламы в различных медийных форматах, и пр. В рамках дисциплины медиатекст рассматривается в контексте многообразия и разноплановости современных процессов массовой коммуникации, как «новый коммуникационный продукт» (Я.Н. Засурский), особенность которого заключается в том, что он может быть включен в различные медийные структуры вербального, визуального, звучащего, мультимедийного планов, а также в разнообразные медийные обстоятельства: газеты, журналы, телевидение, радио, Интернет и мобильная связь.

В теоретической части курса рассматриваются основы текстовой деятельности как важнейшей составной части практической деятельности в сфере медиа. Под медиатекстом (media text, media construct) понимается сообщение, содержащее информацию и изложенное в любом виде и жанре медиа, через которое осуществляется речевое общение в сфере массовых коммуникаций. Типология медиатекстов строится в зависимости от канала коммуникации (печатные, теле- и радиотексты, Web-тексты), функционально-жанровых критериев, композиционно-речевых и прагматилистических особенностей. Функциональный и прагматический аспекты изучения медиатекста позволяют изучать его, во-первых, как продукт речевой деятельности (результат взаимодействия плана выражения и плана содержания); во-вторых, в контексте восприятия (коммуникативное намерение и коммуникативная установка текста).

Основную часть курса логически дополняет практическая часть, выстроенная в смысловом единстве с лекционным блоком по следующим темам: 1) коммуникативные основы создания жанров медиатекста; 2) информационная насыщенность медиатекста; 3).

процессы компрессии информации в медиатексте; 4) стиль как средство реализации конструктивной идеи медиатекста; 5) персуазивность (воздействие) и диалогичность как важнейшие свойства медиатекста; 6) вербализация интертекстуальности в текстах массовой коммуникации; 7) медиатекст: технологии воздействия.

В результате освоения дисциплины «Современный медиатекст» обучающийся должен знать закономерности построения медиатекста (базовые понятия теории текста, основные единицы и категории медиатекста), его специфику (жанровые, стилевые и другие разновидности), механизмы и принципы его создания (языковые, психологические и др.) формы и закономерности соотношения внешних (коммуникативных) факторов, лежащих в основе конструирования медиатекста, с внутренними константами медиатекста. Уметь идентифицировать объект (медиатекст); создавать и редактировать различные типы медиатекстов; выявлять системный характер обусловленности типологически отмеченной совокупности речевых качеств медиатекста компонентами реального коммуникативного акта. Владеть навыками работы в области создания конечного текстового продукта и навыками самостоятельного анализа медиатекстов разных жанров.

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения курса: ПК-1, ПК-2, ПК-3, ПК-15, ПК-16, ПК-19, ПК-20, ПК-21, ПК-32.

Основная литература:

- Арнольд И.В.* Семантика. Стилистика. Интертекстуальность. СПб., 1999.
- Богуславская В.В.* Моделирование текста: лингвосоциокультурная концепция. Анализ журналистских текстов. М., 2008.
- Валгина Н.С.* Теория текста. М. 2004.
- Добросклонская Т.Г.* Вопросы изучения медитекстов. М., 2005.
- Добросклонская Т.Г.* Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ: современная английская медиаречь. М., 2008.
- Долинин К.Ф.* Интерпретация текста. М., 1985.
- Засурский Я.Н.* Медиатекст в контексте конвергенции. М., 2003.
- Земская Ю.Н., Качесова И.Ю., Л.М. Комисарова и др.* Теория текста. М., 2010.
- Каменская О.Л.* Текст и коммуникация. М., 1990.
- Кириллова Н.Б.* Медиакultura: от модерна к постмодерну. М., 2006.
- Мельник Г.С.* Mass Media: Психологические процессы и эффекты. СПб., 1996.
- Молчанова М.М., Сомова Е.Г.* Прагматика языка в медиатексте. Краснодар, 2006.
- Основы теории текста: Учебное пособие / Под общ. ред. А.А. Чувакина. Барнаул, 2003.
- Полонский А.В.* Сущность и язык публицистики. Белгород, 2009.
- Рогозина И.В.* Медиа-картина мира: когнитивно-семиотический аспект. Москва; Барнаул, 2003.
- Сметанина С.И.* Медиа-текст в системе культуры. СПб., 2002.
- Современный медиатекст. Учебное пособие. Омск, 2011
- Солганик Г.Я.* К определению понятий «текст» и «медиатекст» // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. 2005. № 2. С.7 – 15.
- Солганик Г.Я.* Стилистика текста. М., 2000.
- Чернышова Т.В.* Современный публицистический дискурс. Барнаул, 2003.
- Чернявская В.Е.* Лингвистика текста: Поликодовость, интертекстуальность, индердискурсивность. М., 2009.
- Чичерина Н.В.* Медиатекст как средство формирования медиаграмотности у студентов языковых факультетов. М., 2008.
- Щелкунова Е.С.* Публицистический текст в системе массовой коммуникации: специфика и функционирование. Воронеж, 2004.
- Язык средств массовой информации: Учебное пособие для вузов. М., 2008.

Аннотация
примерной программы
дисциплины «Проблемы информационного общества»

1.Цели и задачи дисциплины: сформировать у студентов представления об основных критериях информационного общества и его детерминантах; раскрыть содержание базовых проблемных узлов информационной эпохи; дать представление о некоторых концептуальных теориях информационного мира.

Задачи дисциплины:

- представить наиболее актуальные социально-философские и культурологические обоснования феномена информационного общества;
- способствовать интеграции знаний, полученных в процессе изучения других дисциплин («Психология массовой коммуникации», «Конвергентная журналистика», «Основы медиапсихологии», «Психология безопасности»);
- обосновать актуальность аналитического подхода к феномену информационного общества в целях адекватной оценки реалий бытия и сознания современного индивида и социума;
- способствовать расширению социально-научного кругозора и повышению аналитических навыков в оценках проблемных областей современности.

2.Место дисциплины в структуре ООП:

Предмет «Проблемы информационного общества» является вариативной дисциплиной из блока общенаучных дисциплин и тесно связан с такими дисциплинами, как «Психология массовых коммуникаций», «Основы медиапсихологии», «Коммуникативные стратегии СМИ», «Мифы и символы современного сознания», «Проблема идентичности в современной психологии».

3.Требования к результатам освоения дисциплины:

Процесс изучения предмета «Проблемы информационного общества» направлен на формирование следующих компетенций:

Обобщать и систематизировать феномены информационной среды под углом зрения содержащихся в них концептуальных оснований.

Практиковать аналитический подход к проблемным точкам современного информационного поля.

Проводить сравнительный анализ известных типологизаций информационной среды.

Выявлять преемственные связи изучаемых современных концепций с предшествующими социально-философскими представлениями

В результате изучения дисциплины студент должен:

Знать: - социально-философские, социально-психологические и культурологические детерминанты становления и развития информационного общества;

- ряд базовых проблемных вопросов современного информационного поля.

Уметь: - анализировать современные концепции информационного поля в их преемственности с традицией социально-философского подхода;

- давать научную оценку актуальным феноменам информационной среды;

- проводить сравнительный анализ научных теорий;

- использовать полученные знания в собственной профессиональной деятельности.

Владеть: - системой понятий и категорий, способствующих рефлексивной оценке проблемных областей современной информационной среды.

Компетенции, которыми обучающийся овладевает в ходе освоения данной дисциплины:

ПК-1, ПК-2, ПК-3, ПК – 5, ПК – 6, ПК – 8, ПК-15, ПК-16, ПК-19, ПК-20, ПК-21, ПК-32.

Аннотация дисциплины

ИННОВАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ПРЕПОДАВАНИИ ПСИХОЛОГИИ И МЕДИЙНЫХ НАУК

Программа дисциплины «Инновационные технологии в преподавании психологии и медийных наук» составлена в соответствии с требованиями к обязательному минимуму содержания и уровню подготовки магистра по направлению «медиапсихология», а также с задачами, стоящими перед Новосибирским государственным университетом и предназначена для магистров первого года обучения.

Общая трудоемкость дисциплины «Инновационные технологии в преподавании психологии и медийных наук» составляет 2 зачетных единицы или 72 часа.

В результате изучения дисциплины обучающиеся должны иметь представление об образовательном процессе, структуре образования, педагогических технологиях. Уметь реализовывать в педагогической практике как основные (традиционные), так и инновационные образовательные технологии и методики. Владеть базовыми педагогическими технологиями и инновационными методиками преподавания психологии и медийных наук в высшей школе.

В рамках курса дается представление об основных тенденциях развития отечественной научно-образовательной системы, степени ее соответствия мировым трендам развития науки и высшего профессионального образования, специфике инновационных процессов в поле российского образования. Особое внимание уделяется существующим мировым и российским оценкам качества образования, рейтинговым системам и экспертизе.

В рамках курса анализируются суть, структура и возможности основных образовательных технологий: лекция (проблемная и информационная), дискуссия, дебаты, деловая учебная игра, метод малых групп, упражнения, подготовка письменных аналитических работ, проектная технология, интерактивные технологии профессионального обучения, технологии развития критического мышления, моделирование. Разъясняется суть инноваций в методах и технологиях преподавания общественных и гуманитарных дисциплин в высшей школе, дается представление об образовательных стандартах, модульной технологии обучения, возможностях визуализации процесса обучения, использования компьютерных технологий и Интернета. Студенты знакомятся и получают навыки преподавательской деятельности с использованием современных аудиовизуальных учебных средств, получают представление об особенностях их использования в преподавании в целом и конкретно в медиаобразовании, с акцентированием внимания студентов на проблематике медиапсихологии.

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения курса: ПК-1, ПК-5, ПК-10, ПК-12.

Основная литература:

Бабаскин В.С. и др. Фрагменты дидактики высшей школы: теория, методология, практика: Пособие для начинающих аспирантов, преподавателей, слушателя ФПК, преподавателей вузов. М. 2000.

Байденов В.И. Болонский процесс: результаты обучения «компетентностный подход». М., 2009.

Бордовская Н.В. Современные образовательные технологии. М., 2010.

Байкова Л.А., Гребенкина Л.К. Педагогическое мастерство и педагогические технологии: Учеб. Пособие. М., 2000.

Епишева О.В. Инновационные процессы в образовании. Тюмень, 2009.

Загрекова Л.В. Теория и технология обучения. Учеб. Пособие для студентов пед. вузов. М., 2004.

Ковалева Т.М. Инновационная школа: аксиомы и гипотезы. М.; Воронеж, 2003.

Полат Е.С. Современные педагогические и информационные технологии в системе образования: Учеб. пособие для студентов высш. учеб. заведений. М., 2007.

Полат Е.С. Новые коммуникационные и информационные технологии в обучении. М, 2003.

ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЙ ЦИКЛ. **БАЗОВАЯ ОБЩЕПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ЧАСТЬ**

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ТЕОРИИ И ПРАКТИКИ СОВРЕМЕННОЙ МЕДИПСИХОЛОГИИ

Программа дисциплины «Актуальные проблемы теории и практики современной медиапсихологии» составлена в соответствии с требованиями к обязательному минимуму содержания и уровню подготовки дипломированного магистра, а также с задачами, стоящими перед Новосибирским государственным университетом и предназначена для магистров первого года обучения.

Общая трудоемкость дисциплины «Актуальные проблемы теории и практики современной медиаспсихологии» составляет 4 зачетных единицы или 144 часа.

Данный курс логически взаимосвязан и дополняет дисциплину «Основы медиаспсихологии».

Цель курса: сформировать у магистрантов понимание истории развития и основных теоретических направлений исследований коммуникации и информации и тем самым дать представление о многоаспектности и междисциплинарности современных медиа, технологии информации и коммуникации, индустрии культуры.

Основные компетенции в рамках курса:

- научной методологии и исследовательского проекта понимание медиа и коммуникаций как широкого исследовательского объекта, умение интерпретировать различные коммуникативные феномены и оценивать роль журналистики в палитре коммуникаций;
- способность анализировать средства коммуникации и их формы;
- способность учитывать всю широту коммуникационной среды при принятии менеджериальных решений;
- умение критически оценивать те или иные «отраслевые» показатели;
- умения в области разработки.

Список литературы

Основная литература

1. Андрунас Е.Ч. Информационная элита: корпорации и рынок новостей. М., Изд-во МГУ, 1991.
2. Беглов С. И. Империя меняет адрес, М.: МП-Паблиш, 1998
3. Беглов С. И. Четвертая власть: британская модель, М.: Изд-во МГУ, 2002
4. Вартанова Е.Л. Медиаэкономика зарубежных стран, М.: Аспект-пресс, 2002.
5. Введение в мировую журналистику, Антология в 2 т., составитель Г. В. Пруцков, М.: Омега-Л, 2003
6. Владимиров Л. И. Всемирная история книги, М.: Книга, 1988.
7. Вороненкова Г. Ф. Путь длиной пять столетий, М.: Языки русской культуры, 1999
8. Дюркгейм
9. Засурский И.И., Масс-медиа второй республики, М.: Изд-во МГУ, 1999.
10. Землянова Л.М. Современная американская коммуникативистика: теоретические концепции, проблемы, прогнозы. М.: Изд-во МГУ, 1995.
11. Иванян Э. А. От Дж. Вашингтона до Дж. Буша: Белый дом и пресса, М.: Политиздат, 1991
12. История зарубежной журналистики: 1800-1945, хрестоматия, составитель Г. В. Пруцков, М., 2007
13. История печати. Учебное пособие в 2 т. под ред. Я. Н. Засурского, Е. Л. Вартановой. М.: Аспект-пресс, 2001
14. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество, культура, М.: ГУ-ВШЭ, 2000.
15. Кирия И.В. Телевидение и Интернет Франции на пути к информационному обществу, М.: Изд-во МГУ, 2005.
16. Корнилова Е. А. Риторика – Искусство убеждать, М.: Изд-во МГУ, 2002
17. Кузьминов Я.И., Бендукидзе К.А., Юдкевич М.И. Курс институциональной экономики, М.: ГУ-ВШЭ, 2004.

18. Макеенко М. И. Ежедневная печать. Американский опыт 1995-2000 гг, М.: Изд-во МГУ, 2005
19. Маклюэн М. Галактика Гуттенберга: становление человека печатающего, М.: Академический проект, 2005.
20. Маклюэн М. Понимание медиа, Жуковский: Канон-пресс Ц, 2003.
21. Мельник А.Н. Mass Media: психологические процессы. М.: Изд-во СПб ГУ, 1996.
22. Национальные модели информационного общества, под ред. Вартановой Е. Л., М.: ВК, 2004
23. Овсепян Р.П. История новейшей отечественной журналистики (февраль 1917 - 90-е гг.), Учеб. пособие для вузов под ред. Засурского Я.Н., М.: Изд-во МГУ, 1999.
24. Орлов Ю.Я. Крах немецко-фашистской пропаганды в период войны против СССР, под ред. Засурского Я.Н., М.: Изд-во МГУ, 1985.
25. Попов Ю.В. Публицисты Великой Французской революции, М.: Изд-во МГУ, 1989.
26. Прайс М. Масс-медиа и государственный суверенитет, М.: Изд-во МГУ, 2004
27. Рантанен Т. Глобальное и национальное, М.: Изд-во МГУ, 2005
28. Ридер по курсу (сост. Кирия И.В.)
29. Сиберт Ф.С., Шрамм У., Питерсон Т. Четыре теории прессы, М.: Вагриус, 1998.
30. Хабермас Ю., Моральное сознание и коммуникативное действие, М.: Наука, 2006.
31. Черных А.И. Мир современных медиа, М.: Территория будущего, 2007.
32. Шарончикова Л. В. Пресса Франции в меняющемся мире, М.: РИЦ ИСПИ РАН, 2006
33. Шиллер Г., Манипуляторы сознанием, М.: Мысль, 1980

Дополнительная литература

1. Eizenstein E. The printing revolution in Early Modern Europe, Cambridge: Cambridge University Press, 1983.
2. Flichy P. Une histoire de la communication moderne, Paris : La Découverte, 1991
3. Garnham N. Capitalism and Communication (Media, Culture & Society), London: Sage Publications, 1990
4. McQuail D. McQuail's Mass Communication Theory, London: Sage Publications, 2000
5. Mosco V. The Political Economy of Communication (Media Culture & Society series), London: Sage Publications, 1996
6. Rifkin J. The Age of Access: The New Culture of Hypercapitalism, Where all of Life is a Paid-For Experience, N-Y: Tarcher, 2001
7. Shaping the future media system, edited by Zassoursky Y., Moscow: Unesco, 2004.
8. Вартанова Е. Л. Финская модель на рубеже столетий. Информационное Общество и СМИ Финляндии в европейской перспективе, М.: Изд-во МГУ, 1999
9. Вартанова Е.Л. Медиаэкономика зарубежных стран, М.: Аспект-пресс, 2002.
10. Право на свободу слова. Роль СМИ в экономическом развитии, пер. с англ., М.: Всемирный банк, Изд-во «Весь мир», 2005.
11. Долгин А. Б. Экономика символического обмена, Москва: Прагматика культуры, 2007.
12. Любимов Б. И. Общественное вещание: британская модель, М.: ВК, 2006.
13. Федотова Л. Н. Социология массовой коммуникации, СПб: Питер, 2003.
14. Члиянц Г. Из истории телеграфа. РАДИОхобби, № 3/01, с. 2.

МЕТОДЫ СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКОГО АНАЛИЗА МЕДИЙНЫХ ПРОДУКТОВ И ПРОЕКТОВ

Программа дисциплины «Методы социально-психологического анализа медийных продуктов» составлена в соответствии с требованиями к обязательному минимуму содержания и уровню подготовки дипломированного магистра, а также с задачами, стоящими перед Новосибирским государственным университетом и предназначена для магистров первого года обучения.

Данная дисциплина является базовой дисциплиной общепрофессионального цикла дисциплин и тесно связана с такими дисциплинами, как «Психология массовых коммуникаций», «Основы медиапсихологии», «Коммуникативные стратегии СМИ», «Мифы и символы современного сознания», «Проблема идентичности в современной психологии», «Информационные и коммуникационные технологии в деятельности психолога».

Общая трудоемкость дисциплины «Методы социально-психологического анализа медийных продуктов» составляет 3 зачетных единицы или 108 часов.

В рамках курса под медийным продуктом понимается продукция сферы медиа (медиа-рынка), произведенной издателями, вещателями, распространителями, Интернет-компаниями, рекламными агентствами и пр. Вводится и обосновывается понятие «актуальный медийный продукт» (в качестве медийного продукта рассматривается и медийный проект); рассматриваются процессы массовизации и индивидуализации потребления медиапродуктов; анализируется психология из продвижения и потребления.

В задачи медиааналитики как одного из разделов медиапсихологии входит анализ контента массовых коммуникаций с точки зрения соблюдения принципов информационно-психологической безопасности, выявление психотехнологий массовых информационных кампаний и их последствий, психологические, юридические и этические аспекты журналистской деятельности. В настоящее время классифицированы возможные патогенные факторы журналистского воздействия, разработаны основные категории экспертизы контента массовой коммуникации. Курс направлен на предоставление возможностей овладения методами медиаанализа, опираясь на известные социально-психологические и социологические методы, такие как контент-анализ, интент-анализ, дискурс-анализ.

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения курса: ПК-1, ПК-5, ПК-10, ПК-12, ПК – 13, ПК – 16, ПК – 17, ПК – 22, ПК – 23.

ПСИХОЛОГИЯ ЖУРНАЛИСТСКОГО ТВОРЧЕСТВА

Программа дисциплины «Психология журналистского творчества» составлена в соответствии с требованиями к обязательному минимуму содержания и уровню подготовки дипломированного магистра, а также с задачами, стоящими перед Новосибирским государственным университетом и предназначена для магистров первого года обучения.

Общая трудоемкость дисциплины «Психология журналистского творчества» составляет 4 зачетных единицы или 144 часа.

Основная задача курса состоит в том, чтобы сформировать у студентов-журналистов системное понимание закономерностей психологических процессов, лежащих в основе важнейших феноменов индивидуального творчества и массовой коммуникации. Программа курса предполагает изложение основных процессов психологического

влияния и взаимодействия СМИ и аудитории. В рамках курса система психологических приемов и методов решения основных коммуникативных проблем и личных творческих затруднений.

Содержание курса «Психология журналистики» предполагает два раздела. Первый раздел посвящен психологии медиавосприятия и рассматривает основные направления воздействия массовой коммуникации на аудиторию. Во втором разделе курса анализируются актуальные вопросы психологии журналиста как производителя массовой информации, рассматриваются темы: психологические особенности личности журналиста, особенности мышления, проблема соотношения личного и профессионального, психология социальных ролей и статуса журналиста, психологическая культура журналиста, основы ftf-коммуникации в профессиональной деятельности, психологические аспекты экстремальной журналистики, психология диалога и специфика интерактивной журналистики.

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения курса: ОК – 1, ОК – 3, ОК - 4, ОК – 5, ОК – 8, ОК – 9, ОК – 10, ПК – 9, ПК – 16, ПК – 17.

Основная литература:

Пронина Е. Е. Психология журналистского творчества. М., 2003.

Пронина Е. Е. Психологические особенности творческой работы репортера. М.: Пульс, 2001.

Пронина Е. Е. Психологическая экспертиза рекламы. Теория и методика психологического анализа рекламы. М., 2000.

Проблемы медиапсихологии. М., 2003.

Рашкофф Д. Медиавирус. Как поп-культура тайно воздействует на ваше сознание. М., 2003.

Аннотация

примерной программы

дисциплины «Информационные и коммуникационные технологии в деятельности психолога»

Программа курса «Информационные и коммуникационные технологии в деятельности психолога» составлена в соответствии с требованиями к обязательному минимуму содержания и уровню подготовки дипломированного магистра медиапсихологии по циклу «Профессиональных дисциплин» по направлению «Психология», а также задачами, стоящими перед Новосибирским государственным университетом по реализации Программы развития НГУ.

Цели и задачи дисциплины:

Целью курса является повышение компетентности специалистов в области новейших образовательных технологий, методов и методик, что призвано содействовать увеличению эффективности образовательного процесса за счет повышения удобства и наглядности представления учебного материала, возможности динамичного обновления материала, предоставления ссылок на дополнительные информационные ресурсы, публикуемые в Интернете и т. д., а также овладения технологиями и методами эффективной коммуникации и интерактивного взаимодействия.

Основные задачи курса:

а) развитие представлений о сущности и специфике современного образовательного процесса, о современных образовательных стратегиях;

- б) формирование теоретических оснований для понимания и использования средств электронного обучения, образовательных и учебных технологий и методов;
- в) развитие умений применять на практике определённые новейшие образовательные технологии, методы и методики.

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы:

Курс «Информационные и коммуникационные технологии в деятельности психолога» принадлежит профессиональному циклу дисциплин, базовая часть.

Связь с предшествующими дисциплинами. Дисциплина «Информационные и коммуникационные технологии в деятельности психолога» строится с опорой на следующие курсы: Основы медиапсихологии; Актуальные проблемы теории и практики современной медиапсихологии; Современные теории коммуникации; Психология массовых коммуникаций.

Требования к «входным» знаниям, умения и готовностям обучающегося. Для успешного освоения дисциплины студент должен знать особенности требований современного общества к уровню образования выпускника, технологии, методы и формы современного образовательного процесса и понимать связь между требуемыми компетенциями выпускника и предлагаемым в учебном процессе содержанием и формой образовательного процесса.

Связь с последующими дисциплинами. Знания и умения, полученные в ходе освоения данной дисциплины, могут задействоваться в последующих курсах, в которых используются современные образовательные стратегии, и которые построены на дальнейшем углублении и совершенствовании коммуникативной и информационной компетентности. Это такие курсы, как «Технология и методы ведения переговоров»; «Преподавание психологии в системе высшего и дополнительного образования» и др.

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины ОК -1, ОК -3 , ОК – 5, ПК – 2, Пк – 4, ПК 7, ПК 9, ПК- 12, ПК- 13, ПК – 14, ПК- 19.

В результате изучения дисциплины студент должен:

Знать:

- 1) Историю развития образовательных технологий;
- 2) Философию новейших образовательных технологий;
- 3) Современные интерактивные методы организации образовательного процесса;
- 3) Общую характеристику информационных ресурсов Интернета;
- 4) Программные средства для организации процесса интерактивного взаимодействия, дистанционного и заочного обучения.

Уметь:

Использовать образовательные и информационно-коммуникационные технологии в современной системе образования;

Использовать современные образовательные стратегии;

Использовать современные средства создания и презентации учебного материала;

Разрабатывать и реализовывать тренинговые программы.

Владеть:

- 1) основными Интернет-технологиями;
- современными средствами создания и презентации учебного материала;
- 3) современными поисковыми системами;

- 4) навыками работы с базами данных;
 - 5) технологией разработки и проведения тренинга как эффективным образовательным инструментом;
- видеотренингом как способом повышения коммуникативной компетентности и образовательной эффективности.

Аннотация программы

ПСИХОЛОГИЯ ВИРТУАЛЬНОЙ КОММУНИКАЦИИ

Программа дисциплины «Психология виртуальной коммуникации» составлена в соответствии с требованиями к обязательному минимуму содержания и уровню подготовки дипломированного магистра, а также с задачами, стоящими перед Новосибирским государственным университетом и предназначена для магистров первого года обучения.

Общая трудоемкость дисциплины «Современный медиатекст» составляет 3 зачетных единицы или 108 часов.

Основная проблема вокруг которой выстроен данный курс: как формируется образ другого в Интернете и как образ другого в Интернете влияет на поведение человека в виртуальной коммуникации.

Виртуальная коммуникация отлична от реального общения, т.к. измененные условия реальности накладывают свой отпечаток на процесс восприятия собеседника. В качестве основных условий Интернет-коммуникации специалисты называют ограниченный сенсорный опыт (до сих пор большинство сред коммуникации в Интернете текстовые, что ограничивает оценку индикаторов социальной позиции человека и невербальное поведение) и анонимность, что приводит к «идеализации» собеседника и/или «транслированию» собственного опыта, а как следствие порождает «симпатию» к собеседнику, которое вызывает разочарование образом другого в условиях реальности. Кроме того виртуальная коммуникация порождает либо следование «идеальным» социальным нормам, либо анти-нормативное (чаще конфликтное и девиантное) поведение. При изучении Сети психологами также отмечается, что сетевая идентичность может использоваться не только для самовыражения и/или получения нового опыта, но и в качестве инструмента для манипуляции.

В базовой части курса рассматриваются и анализируются существующие в историографии классификации способов общения в Интернете по степени интерактивности среды и количеству участников, вовлеченных в коммуникативный процесс; анализируются все интерактивные среды и специфика виртуальной коммуникации; подробно разбираются лингвистические аспекты виртуальной коммуникации. Предпринимается анализ как психологических особенностей виртуальной коммуникации в целом, так и изучение конкретных психологических феноменов виртуальной реальности (в т.ч. интернет-зависимости и пр.). В рамках курса рассматриваются возможности психологических исследований в сети Интернет и реализуются небольшие исследовательские проекты.

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения курса: ПК-1, ПК-5, ПК-10, ПК-12.

Основная литература:

Белинская Е. Жичкина А. Стратегии самопрезентации в Интернет и их связь с реальной идентичностью <http://flogiston.df.ru/projects/articles/strategy.shtml>

Жичкина А. Социально-психологические аспекты общения в Интернете. <http://flogiston.df.ru/projects/articles/refinf.shtml>

Майерс Дэвид. Социальная психология. СПб., 1997.

Проект «Психология Интернета» <http://psynet.ru>

М.2. ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЙ ЦИКЛ (ВАРИАТИВНАЯ ЧАСТЬ)

МЕТОДОЛОГИЯ И МЕТОДЫ СОВРЕМЕННЫХ МЕДИАИССЛЕДОВАНИЙ

Программа дисциплины «Методология и методы современных медиаисследований» составлена в соответствии с требованиями к обязательному минимуму содержания и уровню подготовки дипломированного магистра, а также с задачами, стоящими перед Новосибирским государственным университетом и предназначена для магистров первого года обучения.

Общая трудоемкость дисциплины «Методология и методика медиаисследований» составляет 3 зачетных единицы или 108 часов.

Учебный курс «Методология и методы современных медиаисследований» предполагает изучение основных форм и методов научного познания, а также методологии и методов исследований в сфере массовой коммуникации. Курс дает знания об основах теоретико-методологического анализа для выполнения информационно-аналитического медиаисследования исследования, как научного, так и прикладного; формирует исследовательские навыки, основы планирования научной деятельности (дает представление об этапах и последовательности подготовки магистерской диссертации). Цель курса: раскрыть методологию, методику и технологию исследования СМИ, их места в информационно-коммуникационном пространстве, закрепить основы методологии научного познания, принципы обоснования релевантности и научной значимости медиаисследований, выбора верных методов сбора данных и их обработки, релевантность результатов исследования и их широкого социального значения.

Курс нацелен на подготовку специалистов, имеющих навыки познавательной деятельности в сфере науки; формирование глубоких представлений о содержании научной деятельности, ее методах и формах знания. В результате изучения дисциплины студент должен знать сущность основных понятий и определений научно-исследовательского процесса; знать сущность законов, методов и правил научного познания; этапы научного исследования и их содержание; знать основные методы и способы, используемые при проведении медиаисследований; овладеть методологией и методикой проведения медиаисследований; уметь использовать полученные знания на практике.

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения курса: ОК-19, ОК—21; ПК- 1 - 8; ПК- 12, 14, 18, 19, 21.

КОММУНИКАТИВНЫЕ СТРАТЕГИИ В СМИ

Программа дисциплины «Коммуникативные стратегии в СМИ» составлена в соответствии с требованиями к обязательному минимуму содержания и уровню подготовки дипломированного магистра, а также с задачами, стоящими перед Новосибирским государственным университетом и предназначена для магистров первого года обучения.

Общая трудоемкость дисциплины «Коммуникативные стратегии в СМИ» составляет 4 зачетных единицы или 144 часа.

Учебный курс предполагает изучение коммуникативных стратегий как части коммуникативного поведения или коммуникативного взаимодействия, в которой серия различных вербальных и невербальных средств используется для достижения определенной коммуникативной цели. В Public Relations коммуникативная стратегия представляет собой долгосрочную и крупномасштабную программу, имеющей целью решение маркетинговых задач средствами коммуникаций с представителями целевых

аудиторий. Основная задача коммуникационной стратегии - обеспечение информационной поддержки стратегии развития бизнеса компании. Коммуникационная стратегия базируется на маркетинговой и корпоративной стратегиях, и представляет собой набор наиболее эффективных инструментов воздействия на целевые аудитории и определенную программу использования этих инструментов. В медийной сфере разработка коммуникационной стратегии осуществляется исходя из актуальных потребностей рынка с учётом предпочтений целевой аудитории, ее ментальности и других факторов.

Рассматриваются и анализируются базовые типы коммуникационных стратегий – (презентация, манипуляция, конвенция) и их коммуникационные возможности (пассивные-активные, интерактивные, манипуляционные). В рамках курса подробно рассматриваются коммуникативные стратегии в медийной сфере, их влияние на поведение аудитории. Коммуникативные стратегии анализируются, в первую очередь, при помощи методов и технологий поведенческой психологии.

Цель: целью освоения курса является формирование знаний о бихевиористском подходе к анализу вербального поведения в современном социальном контексте (т.н. неопределенном языковом сообществе); формирование теоретических оснований для понимания и использования бихевиористского подхода к анализу языка (вербального поведения).

Основное содержание разделов курса

- 2.1. Современный бихевиоризм: основные принципы и положения
 - 2.2. Функциональный анализ вербального поведения.
 - 2.3. Вербальный оперант как единица анализа. Связь между вербальными и невербальными переменными.
 - 2.4. Языковое сообщество. Неопределенность как основная его характеристика.
 - 2.5. Вербальные стратегии в неопределенном языковом сообществе.
3. Семинарские и практические занятия посвящены анализу вербального языка с позиций бихевиоризма.

Темы итоговых работ:

1. Язык как поведение.
2. Вербальное поведения в условиях современного мира.
3. Личностно-ориентированные технологии обучения.
4. Манд как элемент вербального поведения.
5. Такт как элемент вербального поведения.
7. Языковое сообщество как неопределенная среда.
8. Управление вербальным поведением в условиях неопределенности.
9. Язык и неопределенность.
10. Вербальные стратегии как средство совладания с неопределенностью

Основная литература

1. Ажеж К. Человек говорящий: Вклад лингвистики в гуманитарные науки: Пер. с фр. М.: Едиториал УРСС, 2003.
2. Бенвенист Э. Общая лингвистика. Пер. с фр. / Общ. ред., вступ. ст. и коммент. Ю.С.Степанова. М.: Едиториал УРСС, 2002.
3. Блумфилд Л. Язык. М., 1968.
4. Лихи Т. История современной психологии. СПб.: Питер, 2003.
5. Райл Г. Понятие сознания / Пер. с англ. М.: Идея-Пресс; Дом интеллектуальной книги, 1999.

6. Skinner B. F. Verbal behavior. New York: Appleton-Century, Crofts. 1957.
7. Skinner B. F. The Evolution of Verbal Behavior // Journal of the Experimental Analysis of Behavior. 1986. Vol. 45 (1). PP. 115-122.

Дополнительная литература

1. Пинкер С. Язык как инстинкт: Пер. с англ. / Общ. ред. В. Д. Мазо. М.: Едиториал УРСС, 2004.
2. Скиннер Б.Ф. Наука и человеческое поведение // История психологии. XX в. / Под ред. П. Я. Гальперина, А. Н. Ждан. М.: Академический проект, 2003. С. 539–566.
3. Фёдоров А. А. Homo Infinitus: человек, неопределенность и психологические конструкторы // Человек в условиях неопределенности: Сб. материалов Всерос. конф. / Новосиб. гос. ун-т. Новосибирск, 2006. С. 36–42.
4. Фёдоров А. А. Радикальный бихевиоризм и психическая реальность // Вестник Новосибирского государственного университета. Серия: Психология. 2007. Т. 1, вып. 2. С. 23–30.
5. Greer R. D. and Ross D. E. Verbal behavior analysis: Research in the induction and expansion of complex verbal behavior // Journal of Early Intensive Behavioral Interventions. 2004. Vol. I.2. PP. 141–165.
6. Vargas E. A. B.F. Skinner's Verbal Behavior: An Introduction // Brazilian Journal of Behavioral and Cognitive Therapy. 2007. Vol. IX (2). PP. 1–20

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения курса: ПК-1, ПК-5, ПК-10, ПК-12.

ДЕОНТОЛОГИЯ МЕДИАПСИХОЛОГИИ

Программа дисциплины «Деонтология медиапсихологии» составлена в соответствии с требованиями к обязательному минимуму содержания и уровню подготовки дипломированного магистра, а также с задачами, стоящими перед Новосибирским государственным университетом и предназначена для магистров первого года обучения.

Общая трудоемкость дисциплины «Деонтология медиапсихологии» составляет 2 зачетных единицы или 72 часа.

Деонтология (от греч. deon — долг, deontos — должное + logos — учение) является важной составной частью профессионального багажа специалиста в области медиасферы. Ее определяют как систему требований, норм, принципов должного профессионального поведения журналиста, свод правовых и этических норм ответственного поведения работников СМИ, совокупность «обслуживающих» профессиональный долг обязанностей и норм их выполнения, как некой системы категорических императивов поведения, заданных природой СМИ, действующих в той или иной ситуации.

Основной целью освоения дисциплины является формирование у магистрантов представления о прикладных аспектах медиапсихологии, социальной роли и общественной миссии сферы медиа в обществе. Отдельно изучаются функции и принципы деятельности СМИ в контексте общественных потребностей, значение и роль профессиональной этики в системе профессиональной журналистской деятельности; проводится сравнительный анализ этических систем, регулирующих профессиональное поведение в разных сферах массовой коммуникации; изучаются методы и способы общественного и корпоративного контроля за соблюдением этических стандартов в медиасфере; происходит овладение навыками критического анализа профессионального поведения в сложных ситуациях.

В результате изучения дисциплины магистрант должен знать правовые и этические нормы при оценке последствий своей профессиональной деятельности, при разработке и осуществлении социально значимых проектов; важность гуманистических ценностей для

сохранения и развития современной цивилизации. Уметь руководствоваться морально-правовыми нормами в профессиональной деятельности. Владеть знаниями о высокой социальной значимости средств массовой коммуникации в обществе, развитой мотивацией к выполнению профессиональной деятельности, системой знаний правовых и этических норм при оценке последствий своей профессиональной деятельности, при разработке и осуществлении социально значимых проектов.

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения курса: ПК-1, ПК-5, ПК-10, ПК-12.

Основная литература:

- Авраамов Д. С.* Профессиональная этика журналиста: Учеб. пособие. М., 1999.
- Большаков Н.* Азбука медиа. М., 2011.
- Ваттимо Дж.* Прозрачное общество. М., 2003.
- Веселова Е.К.* Психологическая деонтология: Автореферат дис. ... д-ра психол. наук. Санкт-Петербург, 2003.
- Дзялошинский И.* Манипулятивные технологии в масс-медиа // Вестник МГУ. 2005. № 1-2.
- Кустарев А.* Конкуренция и конфликт в журналистике // Pro et contra. 2000. № 4.
- Лазутина Г.В.* Профессиональная этика журналиста. М., 2006.
- Мельник Г.С.* Mass Media: психологические процессы и эффекты. СПб., 1996.
- Проблемы медиапсихологии / сост. Е.Е. Пронина. М., 2001.
- Профессиональная этика журналиста: Документы и справочные материалы / сост. Ю.В. Казаков. М., 2002.
- Российская журналистика в политкультурном обществе. Толерантность и мультикультурализм как ориентиры профессионального поведения. М., 2002.
- Смирнов Д.О., Зубакин М.В.* Медиапсихология: теория, практика и перспективы развития // Медиаобразование. 2007. № 1. С.26-35.
- Ценностное содержание журналистики: культура социальных отношений и межкультурное взаимодействие в обществе / под ред. Сидорова В.А., Мельник Г.С. СПб., 2009.

Аннотация примерной программы дисциплины «Проблема идентичности в современной психологии»

Программа курса «Проблема идентичности в современной психологии» составлена в соответствии с требованиями к обязательному минимуму содержания и уровню подготовки дипломированного магистра по циклу профессиональных дисциплин по направлению «Психология», а также задачами, стоящими перед Новосибирским государственным университетом по реализации Программы развития НГУ.

1. Цели и задачи дисциплины:

Целью курса является рассмотрение проблемы идентичности как одной из актуальнейших проблем современной психологии и проблемы конструирования идентичности в процессе коммуникации, понимаемом как обмен феноменологическим опытом, что представляет собой важнейшую теоретическую и практическую задачу психологии.

Основные задачи курса:

- а) формирование общего представления об идентичности как результате осознания и интерпретации собственных феноменологических содержаний;

- б) знакомство с основными парадигмами в трактовке идентичности;
- в) анализ идентичности и самопрезентации в процессе коммуникации;
- г) понимание неизбежности испытания идентичности в процессе коммуникации;
- д) понимание междисциплинарного статуса феномена идентичности;
- е) знакомство с методами селекции коммуникативных реакций в целях сохранения идентичности;
- ж) понимание рефлексии феноменологических содержаний как основы для конструирования идентичности;
- з) интерпретировать личную феноменологию как уникальную на основе коммуникативного опыта.

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы:

Курс «Проблемы идентичности в современной психологии» принадлежит профессиональному циклу дисциплин, вариативная часть.

Связь с предшествующими дисциплинами. Дисциплина «Проблема идентичности в современной психологии» строится с опорой на следующие курсы: «Актуальные проблемы теории и практики современной медиапсихологии», «Проблемы информационного общества», «Мифы и символы современного сознания».

Требования к «входным» знаниям, умения и готовностям обучающегося. Для успешного освоения дисциплины студент должен знать особенности состояния современного общества, его проблемы, особенности и задачи. Необходимо понимать специфику состояния современной культуры, а также особенности формирования и развития индивидуальности современного человека. Важным представляется понимание неопределенности ценностно-смысловых оснований и ориентаций в современном мире как условия формирования идентичности.

Связь с последующими дисциплинами. Знания и умения, полученные в ходе освоения данной дисциплины, могут задействоваться в последующих курсах, в которых рассматриваются проблемы состояния современного человека, его место в мире, особенности его мировосприятия и мировоззрения. Это такие курсы, как «Психология публичной коммуникации», «Основы имиджологии», «Основы медийной компетентности» и др.

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины:

ОК – 1, 7, 9, 10, 12; ПК – 7, 12, 13, 15, 16, 20, 23.

В результате изучения дисциплины студент должен:

Знать:

основные закономерности и характеристики современной эпохи как фактора и источника конструирования идентичности;

особенности конструирования идентичности в современном социокультурном пространстве;

основные этапы и способы конструирования идентичности;

- 4) основные парадигмы и подходы в трактовке идентичности.

Уметь:

осознавать и интерпретировать собственные феноменологические содержания как основу для конструирования идентичности;

сравнивать между собой различные подходы к анализу феномена идентичности;

анализировать идентичность и самопрезентацию в процессе коммуникации;

применять принципы различных теорий для описания данного феномена.

Владеть:

основными методами анализа феномена идентичности;
процедурами и методами селекции коммуникативных реакций в целях сохранения идентичности;

основными методами анализа идентичности и самопрезентации в процессе коммуникации;

4) диагностическими методами выявления различных коммуникативных реакций.

Примеры тем итоговых работ

Идентичность: концептуальные подходы.

Самопрезентационные стратегии, порождающие фиктивную идентичность.

Рефлексия как специфическая работа с феноменологическими содержаниями.

Описание собственных феноменологических содержаний в коммуникативных целях.

Особенности коммуникативных ситуаций, способствующих деформации идентичности.

Селекция коммуникативных партнеров как фактор поддержания идентичности

Основная литература

Андреева Г.М. Психология социального познания. М., 1997.

Антонова Н.В. Личностная идентичность современного педагога и особенности его общения. // Вопросы психологии, № 6, 1997.

Антонова Н.В. Проблема личностной идентичности. // Вопросы психологии, 1996, № 1.

Асмолов А.Г. Культурно-историческая психология и конструирование миров. М.-Воронеж, 1996.

Баклушинский С.А. Социальное окружение и Я-концепция в юношеском возрасте. // Ценностно-нормативные ориентации старшеклассника. М., 1993. Баклушинский С.А.,

Белинская Е.П. Развитие представлений о понятии социальная идентичность // Этнос.

Идентичность. Образование. Труды по социологии образования. Том IV. Выпуск VI. М., 1998. С. 64-85.

Бернс Р. Развитие Я-концепции и воспитание. М., 1987.

Диянова З.В., Щеголева Т.М. Самосознание личности. Иркутск, 1993.

Донцов А.И., Стефаненко Т.Г. Язык как фактор этнической идентичности. // Вопросы психологии, 1997, № 4.

Журавлев А.Л. Социальная психология личности и малых групп: некоторые итоги исследования. // Психологический журнал, т.14, № 4, 1993, с. 4-15.

Козлова Т.З. Особенности социальной идентификации на различных стадиях жизненного цикла личности. // Социальная идентификация личности. М., 1993, с. 107-124.

Кон И.С. Постоянство и изменчивость личности. // Психологический журнал, т.8, № 4, 1987, с. 126-137.

Дополнительная литература

Ливехуд Б. Кризисы жизни — шансы жизни: развитие личности между детством и старостью. Калуга, 1994.

Мошкова Г.Ю. Социально-психологические детерминанты профессионального самоопределения ученого. Автореф. дисс. канд. психол. наук, М., 1989.

Ройс Дж., Пауэлл А. Индивидуальность и плюралистические образы человеческой природы. // Импакт: наука и общество. М., 1985, № 2.

Сушков И.Р. Самокатегоризационная теория и групповые феномены. // Психологический журнал, т.15, № 1, 1994, с. 158-168.

- Тишков В.А. Идентичность и культурные границы.// Идентичность и конфликт в постсоветских государствах. М., 1997, с. 15-44.
- Трубина Е.Г. Рассказанное Я: проблема персональной идентичности в философии современности. Екатеринбург, 1995. Фурастье Ж. Европейская цивилизация и европейская идентичность: анализ проблемы // Историко-культурные основы европейской цивилизации. М., 1992. С. 3-36.
- Шефер Б., Шредер Б. Социальная идентичность и групповое сознание.// Психологический журнал, № 1, 1993.
- Шильштейн Е.С. Уровневая организация системы «Я».// Вестник МГУ, сер.14(психология), 1999, № 2, с. 34-45.
- Шрейдер Ю.А. Человеческая рефлексия и две системы этического сознания.// Вопросы философии, № 7, 1990, с. 32-41.
- Ядов В.А. Социальные и социально-психологические механизмы формирования социальной идентичности личности.// Мир России, 1995, № 3-4.
- Bananji M.R., Prentice D.A. The Self in Social Context // Annual Review of Psychology. 1994. Vol.45. P.297-332.

Аннотация примерной программы « Мифы и символы современного сознания»

Программа дисциплины «Мифы и символы современного сознания» составлена в соответствии с требованиями к обязательному минимуму содержания и уровню подготовки дипломированного магистра, а также с задачами, стоящими перед Новосибирским государственным университетом и предназначена для магистров второго года обучения.

Общая трудоемкость дисциплины «Мифы и символы современного сознания» составляет 3 зачетных единицы или 108 часов.

Цель курса: Отрефлексировать основные изменения в современном общественном сознании, выявить возможности проникновения и использования мифологии, проанализировать основные тренды конструирования новых мифов для модернизации технологий и методов подготовки психологов

Тематика основных разделов

- 2.1. Современное мифотворчество как реакция на неопределенность
- 2.2. Логические мифы современного человека
- 2.3. Персональный миф как способ понимания
- 2.4. Символ в психосоматическом дискурсе: дианалитический подход
- 2.5. Мифологемы и симулякры современного сознания
- 2.6. Мифы и символы как источник идеи в практической деятельности психолога

Темы семинарских и практических занятий

- 3.1. Аристотелевская логика – основа современного мышления.
Роль архаического мышления в мышлении современного человека.
- 3.2. Индивидуально-личностный нарратив как форма мифологической практики.
Взаимодействие рационального и иррационального в индивидуальном опыте человека.
- 3.3. Связь действительного и символического в индивидуальном дискурсе.

Роль символа в процессе индивидуального смыслообразования.
Взаимодействие личностного мифа и психосоматического симптома как символического способа демонстрации.
3.4. Симулякр понятия – реализация открытого существования в процессе коммуникации.
3.5. Мифологические основания психологической практики.
Героический миф как основание для осознания клиентом своей проблемы.
Использование мифологических сюжетов и особенностей мифологического сознания в практике психологического образования.

ТЕМАТИКА ИТОГОВЫХ РАБОТ

Миф как «чудесная история личности, данная в словах», в творчестве А. Ф. Лосева
Мифы о науке в массовом сознании россиян
Сравнительный анализ космогонических и героических мифов и их места в сознании современного человека
Основные тенденции постмодернистского сознания
Мифы и символы постмодерна
Мифологический ресурс как основание психологической практики
Мифология и символика денег в сознании современного человека
Тренды современного общественного развития
Миф как модель в житнетворчестве модерна
Новые мифологемы современного сознания
Проблемы деструкции бинарности в современном сознании
Новый миф New Age и сциентизм
Личностный миф как источник психотерапевтической идеи
Социальная роль, сценическая роль как символы
Мифологическое мышление современного человека
Медиация как символ коммуникативных трендов общественного развития

Основная литература

1. Зинченко В.П. Предмет психологии? Подъем по духовной вертикали // Человек. – 2001. - № 5. - С. 5-23.
2. Зобов Р.А., Келасьев В.Н. Мифы российского сознания и пути достижения общественного согласия. - СПб., 1995.
3. Ионин Л.Г. Понимающая социология. - М.: Наука, 1979.
4. Кассирер Э. Техника современных политических мифов. // Независимый психотерапевтический журнал. -2002. - № 2. – С. 7-13.
5. Кассирер Э. Философия символических форм. – М., СПб. - 2002.
6. Кэмпбелл Дж. Жизнеописание Карла Густава Юнга // Юнг К.Г. Тэвистокские лекции. Аналитическая психология: ее теория и практика. - Киев: СИНТО, 1995. - С. 193-221.
7. Леви-Брюль Л. Сверхъестественное в первобытном мышлении. - М., 1937.
8. Леви-Стросс К. Структура мифов // Вопросы философии. - 1970. - № 7. - С. 152-164.
9. Лосев А.Ф. Диалектика мифа. – М., 1991. – С. 24, 37, 27, 186.
10. Лосев А.Ф. Миф - развернутое Магическое Имя. // Символ, 1992. № 28. - С. 217-230.
11. Малиновский Б. Магия, наука и религия // Магический кристалл: Магия глазами ученых и чародеев.— М.: Республика, 1994. - С. 84-127.
12. Мамардашвили М.К., Пятигорский А.М. Символ и сознание. - М., 1997.
13. Мелетинский Е.М. Время мифическое. // Мифы народов мира. - Т. 1. - М., 1991. – С. 252-253.

14. Налимов В.В. Спонтанность сознания: Вероятностная теория смыслов и смысловая архитектура личности. - М.: Прометей, 1989.
15. Парфенов А.И. Политическая мифология. - Саратов, 1996.
16. Платонов К.И. Слово как физиологический и лечебный фактор. // Вопросы теории и практики психотерапии на основе учения И.П. Павлова. - М.: Медгиз, 1963.
17. Поршнева Б.Ф. О начале человеческой истории. Проблемы палеопсихологии. - М.: Мысль, 1974.
18. Улыбина Е.В. Проблема интерсубъективной природы сознания в культурно-исторической теории и психоанализе. // Ежегодник РПО: Мат-лы 3-го Всеросс. съезда психологов 25-28.06.03: в 8-ми тт. - СПб.: СПбГУ, 2003. - Т. 7. - С. 266-268.
19. Флоренский П.А. Имена (социальная философия имени). // Характер и имя. - М., 1992.
20. Фрезер Дж. Золотая ветвь: исследование магии и религии. - М.: Политиздат, 1984.
21. Черепанова И.Ю. Текст как фактор изменения установки личности (лингвистические аспекты суггестии). Автореф. дисс. к. филол. н. - Пермь, 1992.
22. Чернышев А.В. Современная советская мифология. - Тверь: ТГУ. - 1992, - 80 с.
23. Чистанов М.Н. Генезис исторического сознания как проблема социальной философии. Автореф. дисс. к.ф.н. - Томск: ТГУ, 2001.
24. Шпет Г.Г. Герменевтика и ее проблемы // Контекст. - М., 1989. - С. 234-235.
25. Юнг К.-Г. Архетип и символ. - М., 1991
26. Юнг К.Г. Психология бессознательного. - М., 1994. - С. 207-208.
27. Юнг К.Г. Проблемы души нашего времени. - М.: Прогресс-Универс, 1993.
28. <http://www.philology.ru/linguistics2/mokiyenko-94.htm>
29. <http://www.rg.ru/2005/06/07/yazyk-dok.html>

Дополнительная литература

1. Бельм И.М. Миф и мифологическое мышление в структуре этнического менталитета (на примере удмуртского этноса). // Мир психологии. - 2003. - № 3. - С. 119-131.
2. Боас Ф. Ум первобытного человека. - М.-Л., 1926.
3. Вундт В.К. К вопросу о происхождении языка. Звукоподражания и звуковые метафоры // Воронин С.В. Фоносемантические идеи в зарубежном языкознании. - Л.: ЛГУ, 1990. - С. 58-66.
4. Выготский Л.С. Сознание как проблема психологии. - М.: Педагогика. 1986. - Т. I. - С. 95.
5. Дубов И.Г. Феномен менталитета. // Вопросы психологии. - 1993. - № 5. - С. 21.
6. Косов А.В. Человек во временном контексте: «Я-образ» личности и мифологизация социума. (грант РГНФ № 06-06-59619 а/Ц). // Человек в контексте своего времени: опыт историко-психологического осмысления: Мат-лы XX Междунар. н. конф. Санкт-Петербург, 18-19.12.06.: В 3 ч./ ред. С.И. Полторака. - СПб.: Нестор, 2006. - Ч. 2. - 286 с. - С. 94-98.
7. Косов А.В. Человек во временном контексте: личностная картина мира и мифологизация социума (грант РГНФ № 06-06-59619 а/Ц). // Человек в контексте своего времени: опыт историко-психологического осмысления: Мат-лы XX Междунар. н. конф. Санкт-Петербург, 18-19.12.06.: В 3 ч. / ред. д.и.н., проф. С.И. Полторака. - СПб.: Нестор, 2006. - Ч. 2. - 286 с. - С. 90-94.

Пособия и методические указания

1. Ионин Л.Г. Социология культуры. - М., 1996.

2. Кармин А. С. Основы культурологии: Морфология культуры. - СПб., 1997, С. 140.
3. Ермильченко Н. В. Античные мифы в искусстве. М., 2001.
4. Менар Р. Мифы в искусстве старом и новом. М., 2007.
5. Баттистини М. Символы и аллегории. (энциклопедия искусства). М., 2008
6. Завьялов В. Ю. Элементарный учебник дианализа. Киев, 2003.

М.2. ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЙ ЦИКЛ **(ДИСЦИПЛИНЫ ПО ВЫБОРУ СТУДЕНТА)**

Аннотация примерной программы «Основы медийной компетентности»

Цель дисциплины – формирование у студентов полноценного восприятия и развития способностей к осмысленному критическому анализу медиатекстов; повышение уровня медиаграмотности, способности проводить экспертизу медиапродукции и противостоять манипуляционным технологиям массмедиа.

Требования к уровню освоения содержания курса

По окончании изучения курса студент должен:

- иметь представление о системе средств массовой информации и коммуникации, а также о политических, экономических, творческих и прочих аспектах их деятельности;
- владеть навыками анализа отдельных средств массовой информации и коммуникации (прежде всего деловой прессы) и публикаций в них;
- уметь создавать простейшие медиатексты и участвовать в диалоге со средствами массовой информации и коммуникации;
- быть способными использовать теоретические знания, полученные на лекциях и в результате самостоятельной работы, на практических занятиях и в процессе написания рефератов; совершенствовать навыки речевой деятельности.

Курс предполагает методику проведения занятий, основанную на проблемных, эвристических, игровых, проектных и др. активных формах обучения, развивающих индивидуальность студента, самостоятельность его мышления, стимулирующих его творческие способности через непосредственное вовлечение в медиадеятельность, восприятие, интерпретацию и анализ медиатекстов. Кроме того, предполагается широкое использование компьютерных и мультимедийных технологий, современных технических средств и т.д.

Разделы курса, темы, их краткое содержание

Тема 1. Медиаграмотность и медиакомпетентность как критерии образованности человека в современном обществе. Медиаобразование как форма обучения критическому восприятию, анализу, декодированию и созданию медиатекстов; роль медиаобразования в современной системе образования.

Тема 2. Социально-политические аспекты существования массмедиа

Массмедиа и политика (в том числе роль СМИ в выборном процессе). Медиатизация политики в современную эпоху. Массмедиа и государство. Государственные и муниципальные СМИ. Официальные, официозные и ведомственные СМИ. Феномен общественных СМИ. Политические (в том числе партийные) СМИ. Феномен нелегальных СМИ. Контроль общества за функционированием СМИ. Гражданская журналистика. Особенности функционирования массмедиа в стране и мире в современную эпоху.

Тема 3. Массмедиа как сфера самореализации человека.

Виды массово-коммуникационной деятельности: журналистика, паблик рилейшнз, реклама, политтехнологии, лоббирование и др. Принципиальные различия между разными видами массово-коммуникационной деятельности. Сущностные и технологические аспекты работы медийных специалистов (журналистов, пиарменов, спичрайтеров, пропагандистов, копирайтеров и др.). Специфика работы в разных видах средств массовой информации и коммуникации. Медиaprofессии (творческие, вспомогательные и технические). Медиаменеджер как профессия. Доступ к медиaprofессиям. Массмедиа и искусство. Медиакультура и ее виды. Феномен непрофессиональных средств массовой информации и коммуникации. Медиатекст как результат творчества-в-процессе-коммуницирования. Способы осознанного восприятия, анализа и оценки медиатекстов (в том числе деловой прессы). Средства определения ценностных ориентаций, реализуемых или пропагандируемых медиатекстами. Способы потребления и создания медиатекстов.

Тема 4. Экономические аспекты функционирования массмедиа.

Массмедиа как бизнес. Владельцы медиа. Рынок медиа. Зависимость инфокоммуникационных предприятий и медиатекстов, создаваемых ими, от финансового и торгово-промышленного капитала и от рекламного рынка. Понятие рейтинга и способы его измерения. Медиаменеджмент. Продюсирование средств массовой информации и коммуникации. Медиахолдинги и их влияние на процесс концентрации и монополизации СМИ. Массмедиа и аудитория: позитивное и негативное воздействие массмедиа на аудиторию. Приемы манипулирования аудиторией СМИ (скрытая реклама, product placement, «черный PR», публикация рейтингов и др. нерепрезентативных исследований и др.). Психологические и технологические приемы воздействия на аудиторию. Защита аудитории от манипулятивных технологий. Медиаобразование и медиакритика как формы защиты аудитории от негативного воздействия массмедиа.

Тема 5. Система средств массовой информации и коммуникации: история и современность.

Предпосылки возникновения массмедиа. Информационные революции и их влияние на человечество. Феномен публицистики и его развитие во все времена.

Рекомендуемая литература

1). Большаков П.В. Вся пресса Южного Урала: 1838-2006 : науч.-справ. изд. – Челябинск, ЮУрГУ, 2006. 250 с.

- 2). Введение в журналистику : учебное пособие для старшеклассников / [А.А. Журавлева и др.]; под ред. И.А. Фатеевой, М.В. Загидуллиной. Челябинск: Изд-во Челяб. гос. ун-та, 2010. 139 с.
- 3). Деннис Э., Меррилл Дж. Беседы о масс-медиа. М., 1997.
- 4). Закон Российской Федерации "О средствах массовой информации" (по любому источнику).
- 5). Зеркало нашей жизни: Страницы истории телевидения ЧГТРК / Ред. А.П. Ефименко, Т. Д. Николаева. Челябинск, 2004. 268 с.
- 6). Есин Б.И. История русской журналистики (1703 - 1917). Учебно-методический комплект. М., 2000.
- 7). История зарубежного кино. 1945-2000. Учебник для вузов / сост. и отв. ред. В.А.Утилов. М.: Прогресс-Традиция, 2005.
- 8). История отечественного кино. Учебник для вузов/Отв. ред. Л.М.Будяк. М.: Прогресс-Традиция, 2005. 528 с.
- 9). Корконосенко С.Г. Основы журналистики. СПб, 2001.
- 10). Кузнецов И.В. История отечественной журналистики (1917-2000). Учебно-методический комплект. М., 2002.
- 11). Репортаж из XX века. Челябинск, 1998.
- 12). Система средств массовой информации России. Учебное пособие для вузов / Под ред. Я.Н. Засурского. - М.: Аспект Пресс, 2001.
- 13). Телерадиоэфир: История и современность / Под ред. Я.Н.Засурского. – М.: Аспект Пресс, 2005.

Дополнительная литература

- 1) Вайсфельд И.В., Демин В.П., Михалкович В.И., Соболев Р.П. Встречи с X музой: Беседы о киноискусстве. В 2-х т. М.: Просвещение, 1981. Т.1. 223 с. Т.2. 175 с.
- 2) Березкина, О. П. Product Placement. Технологии скрытой рекламы / О. П. Березкина. – СПб.: Питер, 2009. – 208 с.
- 3). Голядкин, Н.А. История отечественного и зарубежного телевидения: Учеб. пособие для студентов вузов / Н. А. Голядкин. – М.: Аспект Пресс, 2004. 141 с.
- 4). Звезды Голливуда / ред. Е.Н.Карцева. М.: Искусство, 1995. 400 с.
- 5). Зоркая Н.М. История советского кино. СПб.: Алетейя, 2005.
- 6). История советского кино / Ред. Х.Абул-Касымова, С.Гинзбург и др. В 4 т. М.:

Искусство, 1969-1978.

- 7). Киномания-97. Энциклопедия российского киноискусства. М.: Коминфо, 1997 (CD-ROM).
- 8). Нечай О.Ф., Ратников Г.В. Основы киноискусства. Учебное пособие для некинематографических вузов. Минск: Выш. школа, 1985. 368 с.
- 9). Новейшая история отечественного кино. 1986–2000 / гл.ред. Л.Аркус. СПб: Сеанс, 2001.
- 10). Новые аудиовизуальные технологии/Отв. ред. К.Э.Разлогов. М.: Едиториал УРСС, 2005. 488 с.
- 11). Первый век нашего кино / Ред. К.Э.Разлогов. М.: Локид, 2006. 910 с.
- 12). Поличко Г.А. Киноязык, объясненный студенту. М.: Русское слово, 2006. 201 с.
- 13). Сиберт Ф.С., Шрамм У., Питерсон Т. Четыре теории прессы. М., 1998.
- 14). Средства массовой информации и демократия. М., 1993.
- 15). Тертычный А.А. Жанры периодической печати. М., 2002.
- 16). Хилько Н.Ф. Аудиовизуальная культура: Словарь. Омск: Изд-во Сиб. фил. Рос. ин-та культурологии, Омск. гос. ун-т, 2000. 149 с.
- 17). Цвик В.Л. Введение в журналистику. – М., 2000.
- 18). Шерель А.А. Аудиокультура XX века. – М., 2004.

ЯЗЫК И СТИЛЬ СОВРЕМЕННЫХ СМИ

Программа дисциплины «Язык и стиль современных СМИ» составлена в соответствии с требованиями к обязательному минимуму содержания и уровню подготовки дипломированного магистра, а также с задачами, стоящими перед Новосибирским государственным университетом.

Общая трудоемкость дисциплины «Инновационные технологии в образовании» составляет 2 зачетных единицы или 72 часа.

Курс нацелен как на подготовку специалистов обладающих дополнительными профессиональными компетенциями в области языка СМИ, владеющих как основами технологий создания журналистских речевых произведений, так и основами его анализа. Курс не преследует целей всестороннего изучения языка массовой коммуникации, что является в первую очередь задачей филологии, но содержит подход позволяющий комплексно анализировать язык СМИ на междисциплинарном уровне в собственно лингвистическом, культурологическом, психологическом и иных аспектах. Дается видение активных процессов изменения норм русского литературного языка в данной функциональ-

ной среде. Развиваются навыки языковой деятельности, связанной с работой в области СМИ и PR, использования СМИ и сети Интернет в сфере медиапсихологии.

В рамках курса характеризуется особенности языка СМИ (языковые особенности информационной среды) и публицистического стиля; дается представление о соотношении содержания и формы высказывания, о взаимодействии в коммуникации собственно языковых и экстралингвистических факторов; рассматриваются основные приемы речевого воздействия. Задачи дисциплины: овладение понятиями и категориями языка и стиля СМИ; знакомство с типологией современных текстов СМИ и их компонентов; изучение текстов СМИ различных форм и видов для формирования представления о том, как реальность конструируется и репрезентируется в средствах массовой информации. Курс помогает систематизировать знания по филологии для дальнейшего осуществления профессиональной деятельности; дает представление о языке как о постоянно изменяющемся объекте.

В рамках курса значительное внимание уделяется психологическому и психолингвистическому анализу языка СМИ. Анализируются психологические механизмы общения в условиях массовой коммуникации; лингвистические характеристики массово-коммуникационного воздействия, его социально-психологические и психолингвистические характеристики; психологические и психолингвистические модели отображения и влияния на сознание.

Курс дает возможность овладеть необходимыми знаниями, умениями и навыками, направленными на адекватное восприятие и продуцирование текстов современных СМИ, которые во многом определяют социально-психологическую и языковую среду с обществом.

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения курса: ПК-1, ПК-5, ПК-10, ПК-12.

Основная литература:

- Бельчиков Ю.А.* Стилистика и культура речи. М., 1999.
- Вакуров В.Н., Кохтев Н.Н., Солганик Г.Я.* Стилистика газетных жанров. М., 1998.
- Виноградов С.И., Платонова О.В. и др.* Культура русской речи. М.: 1999.
- Винокур Т.Г.* Говорящий и слушающий: (Варианты речевого поведения). М., 1993, Журналистика и культура русской речи на переломе тысячелетий: Рабочие материалы. М., 2002.
- Гаузенблас К.* Культура языковой коммуникации. М., 2002.
- Горшков А.И.* Русская стилистика. М. 2001.
- Костомаров В.Г.* Русский язык на газетной полосе. М., 1971.
- Кривенко Б.В.* Язык массовой коммуникации: лексико-семиотический аспект. Воронеж, 2003.
- Поэтика. Стилистика. Язык и культура. М., 1996.
- Психолонгвистические проблемы массовой коммуникации. М., 1985.
- Публицистика и информация в современном обществе. М., 2000.
- Речевое воздействие в сфере массовой коммуникации. М., 2004.
- Розенталь Д.Э.* Практическая стилистика русского языка. 5-е изд. М., 1987.
- Роль языка в средствах массовой коммуникации. М., 2003.
- Солганик Г.Я.* Автор как стилиобразующая категория публицистического текста // Вестник Моск. ун-та. Сер. 10. Журналистика. 2001. № 3.
- Солганик Г.Я.* О закономерностях развития языка газеты в XX в. // Вестник Моск. ун-та. Сер. 10. Журналистика. 2002. № 2.
- Язык и стиль средств массовой информации и пропаганды. М., 2002.

Программа дисциплины «ЭФФЕКТИВНЫЕ ПЕРЕГОВОРЫ»

Программа дисциплины «Эффективные переговоры» составлена в соответствии с требованиями к обязательному минимуму содержания и уровню подготовки магистра по циклу профессиональных дисциплин по направлению «Психология», а также задачами, стоящими перед Новосибирским государственным университетом по реализации Программы развития НГУ

Цели освоения дисциплины

Целью освоения дисциплины является овладение как теоретическими основами переговоров, так и конкретными приемами консультирования и ведения различных типов переговоров, а также получение необходимых навыков самостоятельного освоения инновационных параметров прикладной риторики, реализация способности к эвристическому развитию основных положений и категорий данной науки.

Основные задачи дисциплины:

- дать обоснования необходимости переговоров как основного метода управления различиями в современной культуре;
- сформировать научные представления о современной теории переговоров в рамках Гарвардского проекта;
- осуществить коррекцию положений теории переговоров У. Юри применительно к социальной практике современной России;
- диверсифицировать систему практических навыков и приемов речевого воздействия в случае возникновения конфликтных ситуаций в переговорном процессе;
- овладеть различными типами риторического дискурса на разных стадиях переговорного процесса;
- обучить способам психологической и языковой защиты от техник скрытых речевых агрессий;
- выявить специфику различных видов переговоров.

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Эффективные переговоры» относится к циклу дисциплин магистерской подготовки, предлагаемых на выбор студентов. Данный курс по существу является продолжением и углублением материала коммуникативного тренинга, предлагаемого в программе бакалавриата, а также связан с такими курсами как «Психология публичной коммуникации», «Коммуникативные стратегии СМИ», «Психология массовых коммуникаций», «Психология журналистского творчества», «Основы имиджологии» и др.

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

способность и готовность к ОК-1; ОК-6; ОК-7; ПК-8; ПК-16; ПК-19; ПК-22.

В результате изучения дисциплины студент должен:

- знать инновационные подходы к теории переговоров, лингво-психологические и логические основания переговоров, основы консультирования переговорщиков.

- уметь применять основные подходы к методу и приемам ведения переговоров, учитывать особенности языковой картины мира оппонентов, владеть технологией «присоединения партнера по переговорам, ориентироваться в пространственно-временных рамках переговорного процесса, управлять ментальными и эмоциональными составляющими личности в ходе переговоров.
- владеть знанием различных условий переговорного процесса; обнаруживать существенные и формальные признаки переговорного дискурса, выявлять особенности коммуникативных стратегий в зависимости от содержания переговоров и личностных характеристик партнеров по переговорам.

4. Содержание раздела и тем курса

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы, 72 часа.

Тема 1

Искусство переговоров как управление различиями

Авторитарная и толерантная личности. Шкала авторитарности Т. Адорно. Сущность переговоров как «интериоризированное и ставшее имманентным различие» (Ж. Делез). Переговоры как устранение различий и управление различиями. Диалектика свободы личности и уважения закона в процессе переговоров. Переговоры как управляемая свобода. Переговоры как организация «взаимно выработанного изменения данного состояния вещей» (Л. Белланже). Гарвардский проект У. Юри и его возможности в условиях современной России. Риторика переговоров — одна из самых динамичных частей общей риторики. Три локуса переговоров и роль социального психолога в каждом из них.

Тема 2

Психологические, логические и лингвистические основы в риторике переговоров

Психолингвистическая теория и ее связь с теорией и тактикой переговоров. Уровни языковой компетенции личности. Понятие языковой картины мира, три аспекта языковой картины мира. Теория Э. Сепира-Уорфа и ее возможности в управлении переговорным процессом. Методы исправления коммуникативных ошибок при проведении переговоров. Приемы присоединения партнера в переговорном процессе, связь приемов присоединения с целями. Взаимное согласование интересов и достижение компромисса. Переговоры — искусство компромисса: уменьшение разногласий при сохранении различий. Скрытая речевая агрессия партнера: приемы распознавания и средства защиты. Молчание как коммуникативный прием (теория Э. Эстерберг). Эффективность разных типов молчания при переговорах.

Разграничение причины и цели как логическая основа теории переговоров. Специфика аргументации на переговорах. Принцип «ограниченной рациональности» (этнометрическая шкала Готхеда) и ее возможности в процессе принятия решений. Принцип сильного аргумента и средства усиления аргумента. Обнаружение и изобретение аргумента в переговорах. 3 способа представления аргументов как оптимизация переговорного процесса. Вопрос как основная коммуникативная единица переговоров. 12 типов вопросов и их эффективность в различных ситуациях.

Тема 3

Риторика различных стадий переговорного процесса

Повседневная речь и переговорная коммуникация: определение различий. Перформатив и его возможности в коммуникации при переговорах. Стадиальная теория Ч. Каррасса. Метод интервью и его роль на предварительной стадии. Стратегия и риторическая тактика при формировании повестки дня. Две фазы переговорной стадии. Возможности монологических дискурсов в фазе «фейерверка ораторского искусства». Амплификация, шок и маневр — принципы и использование при монологической речи переговорщиком. Доминирование принципа эффективности речи над ее логической правильностью, возможность блефа со стороны партнера и способы защиты от блефа. Две разновидности в фазе «тяжелой торговли». Использование сократического дискурса при пошаговом движении. Майевтика как основной прием сократического дискурса. Риторическое согласие как мера истинности в переговорах. Эристический и софистический дискурсы и их использование в тактике «танца на краю пропасти». Формы скрытого обмана и их дискурсивное оформление. Способы избежать требования «беспощадных» уступок в фазе тяжелой торговли. Риторика постпереговорной стадии. Фиксация устного дискурса в письменном соглашении. Способы избежать ошибок при переводе устной речи в письменную. Деловая риторика. Различение победы и выигрыша в постпереговорной стадии. Приемы контент - анализа и кластерного анализа. Необходимость лингвистической экспертизы достигнутых соглашений.

Тема 4

Феноменология и речевая коммуникация в процессе переговоров

Отличие феноменологии от психологии и логики. Проблема смыслового поля сознания, языковая оболочка и инвариантный смысл «чужого сознания». Знание и понимание речевого кода партнера. Возможности управления символическим миром партнера по переговорам. Коммуникативные барьеры понимания и способы его преодоления. Принцип Себя Другого Ж. Лакана и его возможности в общении с партнером. Виды пафоса и их значение для коммуникации. Установка на эмпатию при коммуникации с партнером. Организация диалога как коммуникативного события. Искусство слушать. Влияние времени-пространства на феноменологию переговоров. Status-quo и его использование в тактике переговоров. Как избежать эффекта «растаявшего мороженого» при переговорах. Уступка как тактическая уловка. Официальное и фамильярное пространство переговоров.

Тема 5

Риторический портрет переговорщика и его имидж

Имидж и роль переговорщика. Три этапа формирования имиджа. Личностные резервы переговорщика и их экспликация в процессе подготовки к переговорам. Интериальный и эктериальный типы и их различия в плане принятия решений. Генерирование идей и проработка вариантов. Семантика и прагматика принимаемых решений. Три пути решения проблем в ходе переговоров. Речевая подготовка переговорщика. Пять средств снижения речевого напряжения в переговорах (модель У. Мастенбрука). Особенности речевой коммуникации в общении с переговорщиками, представляющими мусульманский мир. Роль и символический капитал. Понятие габитуса П. Бурдьё и его возможности в ролевом поведении на переговорах. Роль переговорщика в горизонтальном и вертикальном разрезе. Понятие кокуса. Сендеры и их роль в переговорном процессе.

Тема 6

Виды некоммерческих переговоров и особенности риторики каждого вида

Деятельность человека как непрерывный переговорный процесс. Необходимость дифференциации видов переговоров. Различение технологии и риторики внутри каждого вида. Отличие коммерческих переговоров от политических. Риторика политических переговоров. Поиски взаимоприемлемого режима интерпретации как часть политических переговоров. Двойной символический результат переговоров, принцип айсберга. Правила построения символического мира. Принцип изменения «рамки» как один из ключей успеха в политических переговорах. Процедура одного текста. Особенности кастинга с точки зрения риторики. Риторика переговоров с преступниками. Факторы, осложняющие переговоры с «трудными людьми». Деструктивная роль сендеров в переговорах с террористами. Фактор стокгольмского синдрома. Захват символического мира преступника. Роль психолога и психиатра при переговорах об освобождении заложников.

5. Образовательные технологии

Ролевые игры; разбор конкретных ситуаций, видеотренинг.

6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов

Контрольные вопросы

1. Как Вы полагаете, почему в демократических обществах (организациях) сфера переговоров оказывается более широкой, чем в авторитарных?
2. В чем Вы видите преимущества и недостатки принципа управления различиями над устранением различий?
3. Как можно достичь взаимовыгодных результатов при условии противоположности интересов? Назовите условия, при которых этого сделать нельзя.
4. Почему без учета теории лингвистической относительности Сепира-Уорфа переговоры не могут привести к положительным результатам?
5. В чем ценность Гарвардского проекта У. Юри в сравнении с иными моделями переговоров?
6. Почему Гарвардский проект нуждается в коррекции применительно к условиям современной России? Что бы Вы изменили в стратегии и тактике Гарвардской модели или чем-нибудь дополнили его?
7. Как изменится деятельность психолога при консультации переговорщиков:
 - а) в межличностной коммуникации;
 - б) в ситуации коммерческой сделки;
 - в) в ситуации переговоров с террористами?

8. Каким образом разные типы языковой компетенции личности могут быть востребованы при ведении переговоров?
9. В чем вы видите отличие коммуникативных ошибок от ошибок стилистических? Приведите примеры.
10. Как знание лингвистических законов позволяет расширить репертуар приемов психологического присоединения к партнеру?
11. Чем отличаются понятия «разногласия» от «различий»?
12. Приведите примеры скрытой речевой агрессии из литературы или повседневной жизни. Какие способы защиты вы могли бы предложить в каждой конкретной ситуации?
13. В чем преимущество различных типов молчания в сравнении со словами в переговорном процессе?
14. Какие ключевые слова из речи партнера вы могли бы использовать, чтобы отличить причины того, что он говорит, и цели, которые он ставит?
15. В чем преимущество этнометрической шкалы Готхеда по сравнению с принципом детерминации поведения партнера по переговорам?
16. Назовите принципы конструирования сильного аргумента и коррекции аргумента при его усилении.
17. 1. Назовите 5 основных отличий повседневной коммуникации от коммуникации переговорной.
18. Почему использование перформативных конструкций в переговорах имеет большее значение, нежели в повседневной практике?
19. Почему на разных стадиях переговоров риторические стратегии и тактики существенно изменяются?
20. Как наиболее оптимально использовать возможности информативного, эмотивного и фигуративного дискурсов на стадии «фейерверка ораторского искусства»?
21. Какая из трех тактик — амплификация, шок или манёвр — оказывается, на ваш взгляд, наиболее конструктивной в фазе «фейерверка ораторского искусства»? Почему?
22. Каковы различные стратегии использования диалогических дискурсов в фазе «тяжелой торговли» в случае: а) пошагового движения, б) «танца на краю пропасти»?
23. Назовите допустимые и недопустимые приемы полемики в фазе «тяжелой торговли».
24. Почему лингвистическая экспертиза соглашений на постпереговорной стадии является обязательной?
25. Что такое феноменология и чем она отличается от логики и психологии?

26. Почему знание языка не обеспечивает 100% понимания партнера на переговорах?
27. Чем диалог как способ организации коммуникативного события отличается от диалога, как его понимает грамматика?
28. Почему позиция слушающего коммуникативно более трудная, нежели позиция говорящего?
29. В чем специфика времени в переговорном процессе?
30. В каких случаях можно уступать партнеру на переговорах?
31. В каких случаях фамильярное пространство переговоров оказывается более конструктивным в сравнении с пространством официальным?
32. Насколько и в каких ситуациях использование status-quo может быть оправдано в переговорах?
33. Как избежать эффекта «растаявшего мороженого» в переговорах?
34. Каковы основные различия между имиджем и ролью переговорщика?
35. Что происходит с имиджем при переходе от более низкой стадии к более высокой стадии его формирования?
36. Приведите примеры, где в одних и тех же ситуациях интернальные и экстернальные типы ведут себя по-разному.
37. Каким образом возможности латерального мышления помогают человеку успешнее справиться с ролью переговорщика?
38. Назовите особенности модели У. Мастенбурка по снятию речевого напряжения в переговорном процессе.
39. Какие ограничения на переговорщика накладывают особенности габитуса?
40. Приведите примеры позитивного и негативного влияния сендеров на переговорный процесс.
41. Укажите основные принципы в деятельности социального психолога при разрешении конфликтов внутри команды переговорщиков.

Задания и практические упражнения

1. Многие психологи полагают, что существуют слова-раздражители, употребление которых резко увеличивает риск коммуникативных ошибок. К их числу относятся такие выражения, как: «несмотря на; нет; мешать; возражать; наоборот; должен; проблема; противоречие; оговорка; предлог; абсолютный; давно устарело; доказывать; неправильность; ошибка; заблуждение».

Приведите примеры фраз с использованием таких слов, которые провоцируют коммуникативные сбои.

2. Для уяснения формул позитивного фона диалога закончите данные фразы. Укажите, почему по вашему мнению, эти окончания являются оптимальными:

- а) Самое ценное, что я приношу людям, это мое стремление...
- б) Более всего меня волнует в жизни...
- в) Когда я устанавливаю деловые контакты, вы можете рассчитывать на то, что...
- г) Самое главное для меня в отношениях с партнером — это...
- д) Для меня в процессе переговоров самым важным является...

3. Султан, желая узнать будущее, призвал прорицателя. Тот, надеясь уверить султана в благополучии, изрек: «Достойный, ты доживешь до смерти всех своих родственников». Разгневанный султан приказал казнить прорицателя. На следующий день во дворец вызвали другого прорицателя. «Достойный,— сказал он, — ты переживешь всех своих родственников». Довольный услышанным, султан приказал наградить прорицателя сундуком золота.

Как вы полагаете, почему, несмотря на одинаковое содержание сообщений, реакция султана была противоположной?

4. Когда англичане завоевали Ирландию, они переименовали старинный город Дерри в Лондондерри. Это оказалось неприемлемым для многих ирландских патриотов и совершенно нетерпимым для ИРА (Ирландской Республиканской Армии). С другой стороны протестанты в этом городе называют его только Лондондерри. Если вы произнесете название Дерри в одной части города, вас могут застрелить «Борцы за свободу Ольстера», а если вы скажете Лондондерри в другом конце, вас могут застрелить приверженцы ИРА.

Пользуясь основными положениями теории У. Юри, постарайтесь найти компромисс между противостоящими сторонами. В случае нескольких вариантов укажите степень оптимальности каждого.

5. В древнеиндийском трактате Архашастра впервые представлена методика конструирования образа врага: «Наиболее желательный вид врагов следующий: они должны быть корыстными, окруженными ничтожными советниками, которые их ненавидят, поступающими неправильно, беспутными, лишенными энергии, поддающимися судьбе, непоследовательными во всех своих действиях, лишенными приверженцев, слабыми и постоянно причиняющими обиды другим».

6. В древности китайцы считали, что любые переговоры могут иметь лишь три исхода: либо вы получаете мешок золота, либо сталкиваете противника со скалы, либо кончаете с собой.

Как вы полагает, почему для современного переговорщика набор результатов оказывается более широким?

Укажите 6-7 вариантов иного развития событий по завершению переговоров.

7. В своей книге «Переговоры» Лионель Бланже утверждает, что до начала переговоров переговорщик должен ответить на 6 вопросов:

- а) что значит вести переговоры?
- б) чего я от них ожидаю?
- в) когда нужно прибегать к переговорам?
- г) что не подлежит переговорам?
- д) как взяться за ведение переговоров?
- е) какие иные пути можно предложить, кроме переговоров?

Взяв любую ситуацию из жизни или литературы, постарайтесь ответить на каждый из этих вопросов.

8. В книге «Переговорный процесс» И. Зартман дает 4 определения переговоров:

- а) шарада;
- б) искусство, состоящее в ловкости установления отношений, которые делают переговоры скорее маркером начала, чем конца;
- в) торговля в процессе выделения ресурсов и получения прибыли;
- г) познавательный процесс и последовательное обучение.

Какое из четырех определений представляется вам наиболее верным? Если не можете выбрать, дайте свое оптимальное определение.

9. Сун Тзу, известный китайский полководец, однажды сказал: «Тот, кто первый занимает поле битвы и ждет своего противника, спокоен; тот, кто приходит позже и сразу же вступает в бой, утомлен».

Как данное высказывание можно применить к разным стадиям переговорного процесса?

10. Во время переговоров с муниципальными властями нью-йоркская полиция добивалась увеличения зарплаты и премиальных. По закону полиция не имеет права бастовать, и переговорщики видели, как шаг за шагом ослабевают их позиции. Постепенно стало ясно, что полицейские проигрывают. Полиция продолжала работать, но... через некоторое время поступления в городскую казну упали в два раза. Полицейские победили.

Каким образом, по вашему мнению, полиция усилила свои позиции на переговорах?

11. В начале 1980-х годов в институте психологии шведской Академии наук поставили эксперимент. Смоделировали «вечеринку с выпивкой». Группа испытуемых под объективами видеотехники и микрофонов, употребив спиртное, должна была читать тексты и беседовать о их содержании. Предполагалось, что в этих условиях под влиянием ал-

коголя люди будут говорить быстрее и громче. Но оказалось, что эти показатели несколько не отклонялись от показателей трезвых людей. Зато резко увеличилось число перебивавших собеседников: каждый пытался высказаться, не обращая внимания на речь партнера.

Прокомментируйте результаты этого эксперимента с точки зрения феноменологии.

12. Каков, по вашему мнению, должен быть сценарий вашего поведения, когда в перерыве между переговорами вы, член команды переговорщиков, окажитесь один на один с представителем другой стороны?

13. Отправляясь на стадион смотреть спортивные состязания, многие люди берут с собой переносные радио- и телеприемники. Когда их спрашиваю, зачем они это делают, если игра проходит у них на глазах, они обычно отвечают: «...».

Что, по вашему мнению, отвечают люди, и как вы могли бы прокомментировать их высказывания?

14. Однажды итальянцы приехали в одну из социалистических стран вести переговоры о совместном проекте. Желая получить фору, хозяева спросили гостей: «Как вы будете выполнять это соглашение при таком количестве забастовок?» — «Точно так же, как и вы, при таком количестве заседаний и согласований», — ответили те.

Как вы полагаете, в каком случае переговорщик может использовать метод бумеранга и при каких условиях он будет эффективен?

15. Известный актер и теоретик театра М. Чехов утверждал, что, создавая образ, актер может играть: а) напоказ; б) для себя; в) для партнера.

Как бы вы применили данное высказывание к переговорщику? Как изменяется речевая стратегия переговорщика в разных вариантах?

16. Дидактика рассматривает три этапа обучения: сначала научитесь действовать по правилам, затем играйте не по правилам, затем создавайте правила сами.

Докажите или опровергните указанное суждение.

Насколько данное высказывание применимо к процессу подготовки переговорщика.

17. В риторике выделяют 4 приема, позволяющих усилить эффективность высказывания:

- а) говорить более низким голосом;
- б) говорить деловито, но не топорно;
- в) говорить деловито, но не сухо;
- г) говорить, чтобы в вашем голосе звучали бодрость и воодушевление.

Укажите ситуации в переговорном процессе, когда использование этих приемов может принести успех.

18. Питеру Дракеру принадлежат слова о том, что самый большой риск — это не рисковать вовсе.

Как вы можете применить этот тезис к ролевому поведению переговорщика?

19. Создатель теории латерального мышления Э. де Боно утверждает, что современный человек стал больше *анализировать*, чем *думать*.

Разведите два указанных понятия применительно к личности переговорщика.

6.2. Образцы вопросов для подготовки к зачету

1. Если «сущность — это интериоризованное и ставшее имманентным различие» (Ж. Делёз), то чем устранение различий отличается от управления различиями?

2. Почему при условии противоположности интересов сторон результаты переговоров могут оказаться взаимовыгодными?

3. В чем вы видите преимущества Гарвардского проекта перед другими моделями переговоров?

4. Каким образом основные положения теории лингвистической относительности Э. Сепира - Б. Уорфа могут повлиять на формирование стратегии переговоров?

5. В чем психологический смысл приема присоединения и в каких переговорных ситуациях он оказывается особенно эффективным?

6. Почему основой «грамматики переговоров» исследователи считают защиту от скрытой речевой агрессии оппонента?

7. В каких случаях прием молчания в переговорах оказывается особенно действенным? Назовите ситуации, которые соответствуют тем или иным типам молчания.

8. Чем целевой подход при ведении переговоров отличается от причинно-следственного?

9. Теория сильного аргумента Аристотеля и область ее применения в переговорах. Какие основные принципы коррекции аргумента вам известны и каким образом ими можно пользоваться в переговорах?

10. Что такое феноменология в понимании Гуссерля и чем она отличается от психологии и логики? Почему феноменология играет важную роль в переговорах?

11. Каковы особенности активного слушания и как их использовать в переговорном процессе?

12. В чем основные риторические отличия переговорной и повседневной коммуникации? В какой мере опыт повседневной коммуникации может быть востребован в переговорах?

13. Каким образом классификация стадий переговорного процесса Ч. Каррасса обуславливает риторические стратегии и конкретные тактические приемы на разных этапах?

14. Каковы допустимые границы полемики в фазе «тяжелой торговли» в переговорном процессе?

15. В чем и как можно уступать на переговорах? С помощью каких критериев вы определяете цену уступки?

16. Какие из существующих форм организации времени и пространства оказываются оптимальными в процессе переговоров? Каким образом преимущества и недостатки такой организации связаны со стадиями переговорного процесса?

17. Каковы основные пути поиска компромиссов в переговорах? Чем победа на переговорах отличается от выигрыша?

18. Укажите основу отличия речевого поведения переговорщика в процессе переговоров в сравнении с действиями в других ситуациях.

19. Почему понятия имиджа переговорщика и роли переговорщика не совпадают?

20. Роль сендеров в переговорном процессе: помощник или вредитель?

21. Почему специалисты выделяют горизонтальное и вертикальное измерение переговоров? Что такое кокус и какова его роль?

22. Каким образом, на ваш взгляд, можно обеспечить успех политических переговоров?

23. Какова роль психологического консультирования в переговорах при приеме на работу и увольнении с работы?

24. Какова специфика некоммерческих переговоров в отличие от коммерческих переговоров?

25. Чем может помочь психолог в переговорах с «трудными людьми»?

7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

Рекомендуемая литература

1. Беланже Л. Переговоры. СПб., 2002.
2. Каррас Ч. Искусство ведения переговоров. М., 1997.
3. Фишер Р., Юри У. Путь к согласию, или переговоры без поражения. М., 1990.
4. Чумиков А.Н. Ведение переговоров. М., 1997.

5. Шатин Ю.В. Искусство переговоров. М., 2002.
6. Бройнинг Г. Руководство по ведению переговоров. М., 1996.
7. Бэкон Ф. О переговорах. М., 1982.
8. Боно Э. Латеральное мышление. СПб, 2002.
9. Дональдсон М., Дональдсон М. Умение вести переговоры. М., 2000.
10. Маликова Н.Р. Переговоры в интересах национальной безопасности. М., 1998.
11. Митрошенков О.В. Эффективные переговоры. М., 2000.
12. Неграш Я. Поле битвы — стол переговоров. М., 1999.
13. Ниренберг. Маэстро переговоров. М., 1999.
14. Почепцов Г.Г. Коммуникативные технологии XX века. М.-Киев, 2000.
15. Ришар Ф. Эртель Д. Подготовка к переговорам. И., 2000.
16. Романов А.А. Грамматика деловых бесед. Тверь, 1995.
17. Хазагеров Г.Г. Политическая риторика. М., 2002.
18. Юри У. Преодолевая «нет», или переговоры с трудными людьми. М., 1993.

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины:
Мультимедийные средства обучения.

**Аннотация
примерной программы
дисциплины «Основы имиджелогии»**

1. Цели и задачи дисциплины:

Основные задачи курса: в результате освоения дисциплины студент должен

Знать:

- круг проблем медиапсихологии, связанных с вопросами имиджа и основные сферы применения получаемых знаний.
- основные понятия имиджелогии, принципы, механизмы и законы создания имиджа;
- основные подходы к трактовке имиджа и его созданию;
- психологические особенности и закономерности стихийного имиджа и конструированных вариантов;
- психологическую природу и механизмы сконструированных образов;
- теоретические основы и практические методы конструирования имиджа.

Уметь:

- осуществлять психологический анализ существующего и желаемого имиджа;
- разрабатывать и реализовывать программу создания или изменения имиджа;
- проводить комплексную психологическую оценку и коррекцию имиджа.

Владеть:

- технологией, методами и методиками комплексной психологической диагностики и анализа имиджа;
- методами и методиками консультативной деятельности в сфере конструирования имиджа.

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы:

Курс «Основы имиджелогии» принадлежит профессиональному циклу дисциплин (курсы по выбору студентов).

Связь с предшествующими дисциплинами. Дисциплина «Основы имиджелогии» строится с опорой на следующие курсы: «Проблема идентичности в современной психологии», «Актуальные проблемы теории и практики современной медиапсихологии», «Информационные и коммуникационные технологии в деятельности психолога».

Требования к «входным» знаниям, умениям и готовностям обучающегося. Для успешного освоения дисциплины студент должен знать основные проблемы, теории и методы психологии личности, социальной психологии; понимать проблематику современного информационного общества и особенности положения человека в этом обществе, особенности конструирования идентичности и развития идентичности.

Связь с последующими дисциплинами. Знания и умения, полученные в ходе освоения данной дисциплины, могут задействоваться в последующих курсах, связанных с основами медийной компетентности и психологией публичной коммуникации.

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

способность и готовность к:

- использованию системы категорий и методов, необходимых для решения типовых задач в различных областях профессиональной практики (ОК-4);
- осуществлять психологическое вмешательство и воздействие с целью оптимизации психического функционирования индивида, группы, сообщества в различных сферах жизнедеятельности (ПК-8);
- пониманию и постановке профессиональных задач в области научно-исследовательской и практической деятельности (ПК-10);
- участию в проведении психологических исследований на основе применения общепрофессиональных знаний и умений в различных научных и научно-практических областях психологии (ПК-11);
- проведению стандартного прикладного исследования в определённой области психологии (ПК-12);
- самостоятельному овладению новыми методами исследования, к изменению научного и научно-практического профиля своей профессиональной деятельности, к изменению социокультурных условий деятельности (ОК- 2);
- адаптации к новым ситуациям, переоценке накопленного опыта, анализу своих возможностей (ОК -7);
- обоснованию гипотез и постановке задач исследования в определенной области психологии (ПК-1);
- разработке программ исследования (теоретического, эмпирического) и их методического обеспечения с использованием новейших средств (ПК-2);
- созданию нового знания на основе исследования в избранной сфере подготовки (ПК-4);
- модификации и адаптации существующих технологий научно-исследовательской и практической деятельности в определенной области психологии (ПК-6);
- планированию и проведению прикладного исследования в определенной области применения психологии (ПК-7);
- подготовке научных отчетов, обзоров, публикаций по результатам выполненных исследований (ПК-14);

- постановке прикладных задач в определенной области применения психологии (ПК-16).

Теоретическая часть курса

направлена на развитие таких умений, как анализ объектов курса, их классификация, оценивание и моделирование.

Тема 1. Признаки имиджа.

Тема 2. Категории потребителей имиджа: Отстраненный. Включенный.

Сравнивающий. Конкурирующий. Формирующий потребитель.

Тема 3. Характеристики имиджа: Многоликость. Изменчивость. Универсальность. Уникальность. Яркость. Значимость.

Тема 4. Классификация имиджа по функциям: Стихийный. Специально формируемый. Внутренний. Внешний. Индивидуальный. Коллективный.

Тема 5. Имиджелогия как эклектическая наука:

1) Общая психология: Функции отражения (пассивные, активные). Функции регулирования (пассивные, активные).

2) Социальная психология: Психология групповых процессов (малые и большие группы). Психология толпы. Лидерство. Законы искажения восприятия.

3) Организационная психология: Миссия. Стратегия. Структура. Стилль управления. Уровни управления. Организационная культура.

4) Театральное искусство.

Тема 6. Индивидуальный имидж:

1) Товар: Черты имиджа товара. Элементы, формирующие имидж товара.

2) Услуга и особенности формирования имиджа услуги.

3) Человек: Подходы к формированию образа. Каналы формирования имиджа человека. Механизм формирования имиджа человека, Я-концепция. Последовательность задействования психологических функций при формировании имиджа.

Тема 7. Коллективный имидж

1) Организация: Внутренний имидж. Внешний имидж.

2) «Формирователи» имиджа организации и степень их вклада: Руководитель. Персонал. Особенности и функции управления персоналом (найм, критерии отбора, адаптация, мотивация, ротация, обучение, карьерный рост, увольнение). Пространство. Символы. Культура организации. Реклама. PR.

Тема 8. Позиции и функции консультанта при выполнении заказа по формированию имиджа.

Тема 9. Этапы выполнения заказа и их особенности.

СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКУМА

В процессе проведения семинарских занятий ставится задача научить слушателей, на основании полученных знаний и с использованием специальной терминологии анализировать материалы и информацию об объекте в контексте его имиджа.

На практических занятиях по дисциплине «Имиджелогия» применяются следующие методики и методы обучения: деловые игры, разбор конкретных ситуаций (case-study), проектная работа, дискуссия, сообщение, работа с презентационными материалами различных фирм, тренинг.

Аннотация рабочей программы «ОСНОВЫ КОНФЛИКТОЛОГИИ»

Программа дисциплины «Основы конфликтологии» составлена в соответствии с требованиями к обязательному минимуму содержания и уровню подготовки дипломированного магистра, а также с задачами, стоящими перед Новосибирским государственным университетом.

Общая трудоемкость дисциплины «Основы конфликтологии» составляет 2 зачетных единицы или 72 часа.

Конфликтология как теоретико-прикладная дисциплина о природе конфликтов, закономерностях их возникновения, развития, завершения, а также принципах, способах и приемах управления ими, представляет собой междисциплинарную область социогуманитарного знания. Конфликт рассматривается как специфическая форма социального взаимодействия (неизбежный аспект социальной жизни) и как управляемый и прогнозируемый процесс. Предлагаемый курс сочетает теоретический и прикладной аспект: целью курса является обучение студентов основам теоретических знаний и практических навыков в области деятельности по управлению конфликтами. Данные навыки и знания принципиально необходимы в деятельности, связанной с коммуникацией, и при решении соответствующих научно-практических задач.

Курс выстроен вокруг трех блоков: «Общая теория конфликта», «Виды конфликтных ситуаций», «Технология разрешения конфликтов». Первый раздел курса направлен на ознакомление с основными современными конфликтологическими концепциями; изучение современных представлений о сущности, социальных функциях, протекании конфликтов (структура конфликта, динамика конфликта); рассмотрение специфики поведения людей в конфликте, стратегий конфликтного поведения (соперничество, сотрудничество, компромисс, избегание, приспособление), основных типов конфликтных личностей и форм эффективного взаимодействия с ними. Второй раздел курса направлен на рассмотрение природы и специфики конфликтов разного уровня и проблемы насилия в конфликтах. Третий раздел выстроен на циклах тренинговых и практических занятий, направленных на выработку конкретных практических навыков по рациональному поведению в конфликтах через освоение основных методов саморегуляции и навыков эффективного поведения в конфликтных ситуациях: технологий саморегуляции, методов управления конфликтами, методов убеждающего воздействия и ведения медиаторской деятельности.

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения курса: ПК-1, ПК-5, ПК-10, ПК-12.