

Психология
массовых
коммуникаций
2020

для магистрантов

Надежда Николаевна
Покровская

Кандидат экономических наук, Доктор социологических наук
Профессор

Психология массовых коммуникаций

Знакомство

- ✓ Цели курса
- ✓ Правила
- ✓ Зачет

Экзамен

Оценка складывается на основе суммирования баллов:

Проект: анализ рекламы марки и рекомендации	40 баллов
Презентации – 2 модуля	60=30*2 баллов
Активность на занятиях	20 баллов
«Отлично»	90 баллов
«Хорошо»	75 баллов
«Уд.» – сданы 3 задания	50 баллов
Экзамен	+ 20 баллов

1. Проект

- Анализ кампании конкретной марки
 - Выбираете марку и показываете историю ее рекламы
 - Мотивы, потребности
 - инструменты вовлечения
- Ваше мнение и рекомендации для рекламы выбранной марки
 - Как поколения «цифровых аборигенов» будут потреблять данный товар / услугу?

2. Презентации

Курс включает 2 теоретических модуля.

По каждому из модулей надо:

- Выбрать тему или предложить свою
- Найти материалы
- Подготовить презентацию
 - 20 мин
 - Около 15-20 страниц, MS PowerPoint
- Защитить презентацию

2 теоретических модуля курса:

I – Психология масс и коммуникаций

- Классики
- Социально-психологические теории массовой коммуникации
- ...

II – Психологические механизмы и инструменты

- Когнитивный подход
- Трансформационный подход
- Стереотипы
- Мотивация, бессознательная мотивация
- ...

Темы презентаций – 1 модуль

I – Психология масс и коммуникаций

- Г. Тард
- Г. леБон
- З. Фрейд
- К. Юнг
- Э. Эриксон
- Лев Семёнович Выготский
- Александр Романович Лурия
- Алексей Николаевич Леонтьев (+ его сыновья и внуки, по желанию)
- Конрад Лоренц
- Э. Ноэль-Нойман
- Карл Леонгард
- Теория социального научения (Social Learning Theory)
- Теория культивирования (Cultivation Theory)
- Теории социализации
- Теория использования и удовлетворения (Uses & Gratifications)
- Теория магической пули
- Пропаганда
- Давление нетолерантного меньшинства
- Игра, понятие игровой деятельности
- Геймификация, психологические механизмы в игре

Темы презентаций – 2 модуль

II – Психологические механизмы и инструменты

- Информационный (когнитивный) метод
- Трансформационный (эмоциональный) метод
- Внимание, восприятие, понимание
- Ощущение, воображение, мышление
- Память. Изменчивость памяти. Навязанные воспоминания
- Стереотипы
- Установка (attitude), диспозиция
- Мотивация, бессознательная мотивация
- Убеждение и внушение
- Слухи, паника, ажиотаж
- Манипулятивные техники
- Подкрепление
- Архетипы в рекламе
- Статусно-ролевой подход в рекламе
- Комплекс неполноценности
- Трансовые состояния (гипноз по М. Эриксону)
- Инсайт, сенсация
- Катарсис
- Сенсбилизация. Десенсбилизация
- Аддикция, зависимость и контрзависимость (аддикция избегания)
- Идентичность. Личностная деформация