



# ПСИХОЛОГИЯ ЖУРНАЛИСТИКИ

## Лекция № 1 «Проблемное поле психологии журналистики»



Ковалев Владимир  
Николаевич, к.п.н., доцент  
кафедры психологии

Kovalev\_vn @ mail.ru

# ПЛАН

1. Объект, предмет и проблемное поле психологии журналистики.
2. Психологическая культура журналиста и его социальная миссия с точки зрения психологии.
3. Методы исследования.



# Литература:

1. Олешко В.Ф. Психология журналистики. Учебное пособие. – СПб.: изд. Михайлов В.А., 2008. - 240 с.
2. Пронина Е.Е. Психология журналистского творчества. Учебное пособие. – М.: КДУ, 2006. – 368 с.



# **Истоки базовых категорий психологии журналистики**

- из философии и социологии - учение об обществе как социальной системе, о социальном общении и общественных отношениях, материальном и духовном производстве;
- из теории журналистики - концепцию о главном социальном назначении СМИ и о социально-ролевых характеристиках печати, а также основные положения социожурналистики;
- из кибернетики - учение о системе, информации, коммуникациях, связях (прямых и обратных) и т. д.



— из общей психологии - учение о личности, темпераменте и характере человека, потребностях и мотивах поведения, психологических и социальных установках, о сознании и бессознательном, о единстве сознания и деятельности, о психологии мышления и творчества;

— из социальной психологии - положение о массовой коммуникации как общении больших социальных групп, вербальных и невербальных методах воздействия на аудиторию и психологических эффектах, ролевую теорию личности;



**— ИЗ СОЦИОПСИХОЛИНГВИСТИКИ И  
герменевтики (науке о толковании  
текстов) – методы кодирования и  
раскодирования вербальных текстов,  
эффективность психологического  
воздействия текстов на личность и  
массовую аудиторию, истолкование,  
интерпретация текстов.**





**Предмет психологии  
журналистики:  
психологические закономерности,  
результаты информационного  
взаимодействия журналиста и  
аудитории.**



# Основные объекты изучения психологии журналистики

— личность журналиста; психология социальной перцепции и влияния; психологические аспекты текста и речевой коммуникации; закономерности поведения масс, изменений массового и индивидуального сознания; психология реципиента (читателя и зрителя).





# Филогенез отношений социальной среды к журналистам и журналистике

- \* Гонцу, принесшему плохую весть кара !  
(Ты виноват лишь в том, что.....).
- \* Доля ожидания позитива и негатива из информационной среды (социально-психологические закономерности и факторы).
- \* Реальность и слухи.



- \* Критичность и конформность.
- \* Социально-психологические феномены и их влияние на восприятие информации.

\* «Доктор, а откуда у Вас такие картинки?»

(невротики, параноики, шизофреники и пр. и информационная среда).





*Орудие действия журналиста –  
**ИНФОРМАЦИЯ.***

*В информации заключена сущность человека, она - содержание психических процессов. Она субъективная реальность человека.*

*От особенностей ее восприятия, оценки, переработки человек будет счастлив или несчастлив, здоров или болен.*

## **Проблемное поле *или* что социально важно в деятельности журналиста:**

- 1) «Всё то, что составляет внутреннее духовное содержание нашей жизни и является «ядром подлинной психологии» (С.Л. Рубинштейн).**
- 2) Чтобы в центре психологии журналистики оставался человек во всем многообразии их человеческих взаимоотношений, а журналистика не подменялась медийными и коммерческими процессами. В противном случае вместо высокоразвитой информационной цивилизации мы получим развращенное сумасшедшее общество» (Г. Маклюэн), с «тотальным манипулированным сознанием» (добавляет С. Кара-Мурза).**



3) «современный человек не может уклониться от воздействия СМИ» (*А. Моль*), которые «не только и не столько отражают действительность, сколько формируют её» (*П. Бурдьё*) «в преломленном и искаженном виде» (*Т. Тард*),

4) Важно не создавать для человека виртуальную реальность (*Г. Маркузе*) и не быть «манипулируемым манипулятором».

5) Не надо вешать на журналистику всех собак и сваливать на них вину политтехнологов. Желтая пресса – это не журналистика. Но и здесь вопрос не только к источнику, но и к потребителю. Никто не заставляет это потреблять, а он «хаваает и возмущается...»





**6) Журналистика должна не только отражать реальность, не только критически высвечивать проблемы, но, как и педагогика, должна воспитывать личность, формировать социум, пропагандировать лучшее. Журналист должен быть патриотом (*Бовин*).**



**7. Журналист в сознании человека формирует картину мира. Он должен обладать высоким уровнем психологической культуры. Его влияние на социум огромно и профессиональная ошибка может иметь более пагубные последствия, чем ошибка врача (*Ф. Зимбардо*)**

# Психологическая культура журналиста *(по В.Ф. Олешко)*

- ЭТО:— психологическое познание самого себя как личности и профессионала;**
- знание психологии людей и их поведения, проникновение в сознание и бессознательное других в процессе межличностного общения и овладение психологическими методами воздействия на массовое сознание и поведение аудитории;**
- умение выстраивать диалогические и интерактивные отношения с аудиторией;**



— парадигма профессионального мышления и форм журналистского труда и творчества, толерантности и плюрализма, самоидентификации и самореализации, адекватное отражение мира;

— постоянное изучение социально-психологических законов, дающих системное представление о закономерностях психологических процессов, лежащих в основе жизни социума, общественных явлений, массовой коммуникации и индивидуального творчества;



— способность к саморегуляции - владение психотехниками саморегуляции и методами психологической защиты (ВК);

— богатый внутренний мир, рефлексивность, интуитивность, сострадательность, оптимизм, поглощенность делом, эмпатийность и человеколюбие, беспристрастность (ВК).



## **Методы исследования в журналистике:**

- метод интервью;
- метод наблюдения;
- метод эксперимента;
- метод беседы;
- библиографический метод;
- метод событийной ретроспекции;
- методы анкетирования и тестирования;
- метод групповой оценки личности;
- аппаратный метод;
- метод анализа документов;
- контент-анализ;
- социометрия и референтометрия;
- брейнсторминг.
- 





Спасибо за внимание!

