

**КОНСПЕКТ ПО
СОЦИАЛНА ПСИХОЛОГИЯ
(СОЦИАЛНОПСИХОЛОГИЧЕСКИ ИЗСЛЕДВАНИЯ НА МЕДИИТЕ И МЕДИЙНОТО
ВЪЗДЕЙСТВИЕ)
за кандидат-докторантски конкурс**

01. Определяне на научно-изследователския интерес към средствата за масово осведомяване. Основни практически насоки в медийната психология.
02. Теоретични аспекти на медийното изследване. Ранни опити и развитие на медийните изследвания.
03. Изследователски методи в медийната психология: експериментална традиция, качествен анализ на медиатекста, наблюдение.
04. Ефекти и влияние на медиите върху психиката. Преки ефекти от медийното насилие и индивидуални характеристики на реципиентите. Културни и идеологически аспекти на споровете около медийното насилие.
05. Медиите и просоциалното поведение. Образователни, здравни и социални кампании в медийната среда.
06. Еротика и порнография в медиите. Споровете около определенията. Ефектите от тях в медиите. „Смисълът“ на еротичните и порнографски медии.
07. Рекламата. Историческо развитие. Роля на психологията в рекламата. Когнитивни и поведенчески аспекти на рекламното влияние. Пропаганда.
08. Въпроси на развитието и медийната психология: децата и телевизията – фантазия срещу реалност. Детската социализация чрез медиите.
09. Медиите и съзряването: ролята им през пубертета. Влиянието върху възприемането на тялото. Медиите и пола. Мъжественост и женственост в медиите.
10. Социалните групи в медиите. Медийните образи на малцинствата и хората с хората с физически и психични увреждания.
11. Новини, публицистика и спорт. Източници на новините. „Лоши“ срещу „добри“ новини. Мотивация на зрителския интерес към спортни предавания.
12. „Биг брадър“ – реалност срещу риалити. Медийните формати с участието на зрителите.
13. Сапунените опери и теленовелите – специфики, сходства и отличителни черти. Фантазия и реализъм в „сапунките“. Зрителска идентификация и парасоциална интеракция.
14. Интернет. Мрежата – една медия или няколко на едно място? Теория и нагласи към Интернет. Социални аспекти на употребата и злоупотребата.
15. Психологията в медиите. Взаимодействието между науката и средствата за масово осведомяване. Аудиторията в медийните изследвания.

ПРЕПОРЪЧИТЕЛНА ОСНОВНА ЛИТЕРАТУРА¹:

1. Giles D. (2003), Media Psychology, London, Lawrence Erlbaum Associates
2. Newman M. (2022), The Media Studies Toolkit, Routledge
3. Stever G., D. Giles, J. Cohen, M. Myers (2021), Understanding Media Psychology, Routledge

ПРЕПОРЪЧИТЕЛНА ДОПЪЛНИТЕЛНА ЛИТЕРАТУРА:

1. Петев Т. (2004), Теории за масовата комуникация. С., Изд. на СУ „Св. Кл. Охридски“.
2. Стоицова Т. (2004), Лице в лице с медиите. Въведение в медийната психология. С., Просвета
3. Фомичева И. Д. (2005), Социология интернет-СМИ: Учебное пособие, М.: ФЖ МГУ
4. Boler M. (2008), Digital Media and Democracy, Cambridge, Massachusetts, The MIT Press
5. Perez-Lugo M. (2004), Media Uses in Disaster Situations: A New Focus on the Impact Phase, Sociological Inquiry, Vol. 74, No. 2, 210-225
6. Samuels R. (2021), Generation X and the Rise of the Entertainment Subject, Lexington Books
7. Shrum L. J. (2004), The Psychology Of Entertainment Media, London, Lawrence Erlbaum Associates
8. Sundar, S. (2017), The Handbook of the Psychology of Communication Technology, Wiley Blackwell
9. Wilson B. J. (2008), Media and Children's Aggression, Fear, and Altruism. The Future of Children 18.1: 87-118

гр. София, 2022
доц. д-р Н. Димитров

¹ Така описаната литература (както основната, така и препоръчителната) няма задължителен, а единствено референтен характер. С цел подпомагане на подготовката, при подаване на документите кандидатите, по желание и само за целите на конкурса, ще получат описаните книги на чужд език в електронен формат. Ползването на друга, релевантна към темите, научна и научно-популярна литература, независимо от езика, е допустимо.