

Документ подписан Министерством науки и высшего образования Российской Федерации
Информация о владельце:
ФИО: Макаренко Елена Николаевна
Должность: Ректор
Дата подписания: 21.08.2024 15:42:31
Уникальный программный ключ:
c098bc0c1041cb2a4cf926cf171d6715d99a6ae00adc8e27b55cbe1e2dbd7c78

УТВЕРЖДАЮ
Директор Института магистратуры
Иванова Е.А.
«03» июня 2024г.

**Рабочая программа дисциплины
Медиапсихология**

Направление 42.04.02 Журналистика
магистерская программа 42.04.02.01 "Деловая журналистика и бизнес- коммуникации"

Для набора 2024 года

Квалификация
магистр

КАФЕДРА Журналистика**Распределение часов дисциплины по семестрам**

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	1 (1.1)		Итого	
	15 2/6			
Неделя				
Вид занятий	УП	РП	УП	РП
Лекции	8	8	8	8
Практические	24	24	24	24
Итого ауд.	32	32	32	32
Контактная работа	32	32	32	32
Сам. работа	40	40	40	40
Часы на контроль	36	36	36	36
Итого	108	108	108	108

ОСНОВАНИЕ

Учебный план утвержден учёным советом вуза от 26.03.2024 протокол № 13.

Программу составил(и): к.психол.н., доц., Березина Н.Н.

Зав. кафедрой: д.филол.н., профессор Клемёнова Е.Н.

Методическим советом направления: д.филол.н., профессор, зав.каф., Куликова Э.Г.

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1	Сформировать у магистрантов систему знаний в области медиапсихологии, психологических феноменов и закономерностей функционирования медиа, психологических технологий медиапродвижения, психологических особенностях деятельности специалистов медиасферы, а также помочь сформировать практические навыки психологического анализа, применяемого в разных сферах профессиональной деятельности, построения психологически грамотных стратегий медиапродвижения, медиаобразования, медиааналитики и повышения психологической профессиональной компетентности.
-----	---

2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

ПК-3: готов осуществлять планирование, координацию и оценивать эффективность деятельности подразделения

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:
основные критерии оценивания эффективности психологических составляющих СМИ, коммуникаций медиа и целевой аудитории, медиапродвижения, медиаобразования и эффективности деятельности специалиста медиасферы (соотнесено с индикатором ПК-3.1)
Уметь:
планировать деятельность СМИ на временную перспективу, учитывая психологические законы и феномены функционирования медиа (соотнесено с индикатором ПК-3.2)
Владеть:
навыками психологически грамотного распределения кадровых и финансовых ресурсов в соответствии с задачами эффективной работы медиа (соотнесено с индикатором ПК-3.3)

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература
	Раздел 1. Медиапсихология: задачи, направления исследований.				
1.1	Медиапсихология как наука: задачи и методы исследований, направления развития и сферы применения научных данных. /Лек/	1	2	ПК-3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л2.16 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.15 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Л2.8 Л2.14 Л2.13 Л2.9 Л2.10 Л2.11 Л2.12
1.2	История медиапсихологических исследований /Пр/	1	2	ПК-3	Л1.1 Л1.2 Л2.16 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.15 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Л2.8 Л2.14 Л2.13 Л2.9 Л2.10 Л2.11 Л2.12
1.3	Зарубежные и отечественные представители медиапсихологии. /Пр/	1	2	ПК-3	Л1.1 Л1.2 Л2.16 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.15 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Л2.8 Л2.14 Л2.13 Л2.9 Л2.10 Л2.11 Л2.12
1.4	Организация и методы исследования в медиапсихологии. /Пр/	1	2	ПК-3	Л1.1 Л1.2 Л2.16 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.15 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Л2.8 Л2.14 Л2.13 Л2.9 Л2.10 Л2.11 Л2.12
1.5	Развитие медиапсихологии в России /Пр/	1	2	ПК-3	Л1.1 Л1.2 Л2.16 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.15 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Л2.8 Л2.14 Л2.13 Л2.9 Л2.10 Л2.11 Л2.12

1.6	Феномены и механизмы восприятия медиакультуры человеком. /Пр/	1	2	ПК-3	Л1.1 Л1.2Л2.16 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.15 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Л2.8 Л2.14 Л2.13 Л2.9 Л2.10 Л2.11 Л2.12
1.7	Новые тенденции массовой коммуникации и их психологическая характеристика. /Пр/	1	2	ПК-3	Л1.1 Л1.2Л2.16 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.15 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Л2.8 Л2.14 Л2.13 Л2.9 Л2.10 Л2.11 Л2.12
1.8	Использование психологических законов и механизмов при создании медиапродуктов. /Ср/	1	4	ПК-3	Л1.1 Л1.2Л2.16 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.15 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Л2.8 Л2.14 Л2.13 Л2.9 Л2.10 Л2.11 Л2.12
1.9	Анализ методов и качества реализации психологических функций СМИ (СМИ по выбору). /Ср/	1	8	ПК-3	Л1.1 Л1.2Л2.16 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.15 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Л2.8 Л2.14 Л2.13 Л2.9 Л2.10 Л2.11 Л2.12
1.10	Анализ методов и качества реализации психологических функций СМИ (СМИ по выбору). /Лек/	1	2	ПК-3	Л1.1 Л1.2Л2.16 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.15 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Л2.8 Л2.14 Л2.13 Л2.9 Л2.10 Л2.11 Л2.12
1.11	Реализация психологических законов работы с информацией в СМИ. Анализ медиапродуктов. /Пр/	1	2	ПК-3	Л1.1 Л1.2Л2.16 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.15 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Л2.8 Л2.14 Л2.13 Л2.9 Л2.10 Л2.11 Л2.12
	Раздел 2. Психологические особенности деятельности специалиста медиасферы				
2.1	Психологическая компетентность специалиста медиасферы и ее роль в успешности деятельности /Лек/	1	2	ПК-3	Л1.1 Л1.2Л2.16 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.15 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Л2.8 Л2.14 Л2.13 Л2.9 Л2.10 Л2.11 Л2.12
2.2	Изучение составляющих профессиональной компетентности на материале работ ведущих отечественных и зарубежных журналистов. /Ср/	1	7	ПК-3	Л1.1 Л1.2Л2.16 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.15 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Л2.8 Л2.14 Л2.13 Л2.9 Л2.10 Л2.11 Л2.12
2.3	Профессиональная компетентность специалиста медиасферы: рефлексия, программа развития /Пр/	1	2	ПК-3	Л1.1 Л1.2Л2.16 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.15 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Л2.8 Л2.14 Л2.13 Л2.9 Л2.10 Л2.11 Л2.12
2.4	Влияние рекламы в СМИ на аудиторию. Оценка действенности, психологической грамотности, безопасности рекламных продуктов. /Ср/	1	12	ПК-3	Л1.1 Л1.2Л2.16 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.15 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Л2.8 Л2.14 Л2.13 Л2.9 Л2.10 Л2.11 Л2.12

2.5	Массмедиа как психологический феномен. /Ср/	1	7	ПК-3	Л1.1 Л1.2Л2.16 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.15 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Л2.8 Л2.14 Л2.13 Л2.9 Л2.10 Л2.11 Л2.12
2.6	Психологические функции СМИ. /Пр/	1	2	ПК-3	Л1.1 Л1.2Л2.16 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.15 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Л2.8 Л2.14 Л2.13 Л2.9 Л2.10 Л2.11 Л2.12
2.7	Психологические законы работы с информацией. /Пр/	1	2	ПК-3	Л1.1 Л1.2Л2.16 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.15 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Л2.8 Л2.14 Л2.13 Л2.9 Л2.10 Л2.11 Л2.12
Раздел 3. Психологические основания и механизмы продвижения медиапродуктов.					
3.1	Психологические аспекты медиапродвижения. /Лек/	1	2	ПК-3	Л1.1 Л1.2Л2.16 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.15 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Л2.8 Л2.14 Л2.13 Л2.9 Л2.10 Л2.11 Л2.12
3.2	Психологические эффекты воздействия массмедиа. /Ср/	1	2	ПК-3	Л1.1 Л1.2Л2.16 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.15 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Л2.8 Л2.14 Л2.13 Л2.9 Л2.10 Л2.11 Л2.12
3.3	Психологическая экспертиза медиапродукта. /Пр/	1	4	ПК-3	Л1.1 Л1.2Л2.16 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.15 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Л2.8 Л2.14 Л2.13 Л2.9 Л2.10 Л2.11 Л2.12
3.4	/Экзамен/	1	36	ПК-3	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.16 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.15 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Л2.8 Л2.14 Л2.13 Л2.9 Л2.10 Л2.11 Л2.12

4. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Структура и содержание фонда оценочных средств для проведения текущей и промежуточной аттестации представлены в Приложении 1 к рабочей программе дисциплины.

5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1. Основная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л1.1	Олешко В. Ф.	Психология журналистики: учебное пособие	Москва: Флинта Уральский федеральный университет (УрФУ), 2018	https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=482451 неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л1.2	Асмолов, А. Г., Асмолов, Г. А., Варганова, Е. Л., Вербицкая, Ю. А., Войсунский, А. Е., Дунас, Д. В., Ениколопов, С. Н., Ефимова, Л. Л., Засурский, Я. Н., Зинченко, Ю. П., Кабрин, В. И., Карицкий, И. Н., Козлов, В. В., Коротченко, Е. А., Кузнецова, Ю. М., Матвеева, Л. В., Миронов, В. В., Назаретян, А. П., Петренко, В. Ф., Покровский, Н. Е., Пронин, Е. И., Пронина, Е. Е., Раскин, А. В., Соколова, Е. Т., Сорокина, В. В., Супрун, А. П., Чудова, Н. В., Варганова, Е. Л., Зинченко, Ю. П., Миронов, В. В.	Человек как субъект и объект медиапсихологии	Москва: Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, 2011	https://www.iprbookshop.ru/27428.html неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л1.3	Олешко, В. Ф.	Психология журналистики: учебное пособие	Екатеринбург: Уральский федеральный университет, ЭБС АСВ, 2014	https://www.iprbookshop.ru/68383.html неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
5.2. Дополнительная литература				
	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л2.1	Стариков А. Г.	Масс-медиа современной России: учеб. пособие для образоват. учреждений высш. проф. образования	Ростов н/Д: Феникс, 2013	10
Л2.2	Кузнецов П. А.	Копирайтинг & спичрайтинг. Эффективные рекламные и PR-технологии	М.: Дашков и К, 2013	50
Л2.3	Лобанов А. П.	Когнитивная психология: учеб. пособие	М.: ИНФРА-М, 2014	20
Л2.4	Черных, А.	Мир современных медиа: монография	Москва: ИД Территория будущего, 2007	https://www.iprbookshop.ru/7300.html неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л2.5	Коннова, М. Н.	Введение в когнитивную лингвистику (2-е издание): учебное пособие	Калининград: Балтийский федеральный университет им. Иммануила Канта, 2012	https://www.iprbookshop.ru/24108.html неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л2.6	Никитенко, А. А.	Основы медиажурналистики: учебное пособие	Новосибирск: Новосибирский государственный технический университет, 2012	https://www.iprbookshop.ru/44982.html неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л2.7	Кириллова, Н. Б.	Медиакультура и основы медиаменеджмента: учебное пособие	Екатеринбург: Уральский федеральный университет, ЭБС АСВ, 2014	https://www.iprbookshop.ru/68440.html неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л2.8	Ложечкина, А. Д.	Когнитивная психология: практикум	Ставрополь: Северо-Кавказский федеральный университет, 2017	https://www.iprbookshop.ru/75576.html неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л2.9	Нескрябина, О. Ф.	Социально-психологический анализ медиасферы: учебное пособие	Красноярск: Сибирский федеральный университет, 2019	https://www.iprbookshop.ru/100115.html неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л2.10	Вахитова З. З.	Психология маркетинга: учебное пособие	Тюмень: Тюменский государственный университет, 2012	https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=574283 неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л2.11	Бакшугтова, Е. В., Рулина, Т. К.	Социокгнитивная психология больших групп: категории, скрипты: монография	Самара: Самарский государственный технический университет, ЭБС АСВ, 2020	https://www.iprbookshop.ru/105070.html неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л2.12	Мирзоев, Г. Б.	Избранное. Я и обо мне в СМИ. Часть 1. Том 4	Москва: Граница, Российская академия адвокатуры и нотариата, 2016	https://www.iprbookshop.ru/72630.html неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л2.13	Багузова, Л. В.	Основы профессиональной компетентности: учебное пособие	Красноярск: Сибирский федеральный университет, 2017	https://www.iprbookshop.ru/84279.html неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л2.14	Захаров, Е. Е.	Основы рекламы: учебное пособие	Саратов: Саратовский государственный технический университет имени Ю.А. Гагарина, ЭБС АСВ, 2012	https://www.iprbookshop.ru/76497.html неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л2.15	Харламова Т. М.	Психология влияния: учебное пособие	Москва: ФЛИНТА, 2022	https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=103799 неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л2.16	Бузин В. Н., Бузина Т. С.	Медиапланирование. Теория и практика: учеб. пособие для студентов высш. учеб. заведений, обучающихся по спец. "Реклама", "Маркетинг", "Психология", "Социология", "Журналистика"	М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012	30

5.3 Профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Гарант
Консультант+
Газеты в сети и вне ее // Российская национальная библиотека. – URL: http://nlr.ru/res/inv/ukazat55/structure_full.php
Донская электронная библиотека. – URL: http://elib.dspl.ru/request
База данных СМИ и информационных агентств, имеющих собственные интернет-порталы – https://yandex.ru/news/smi
Ведомости – https://www.vedomosti.ru/
ВЦИОМ – https://www.wciom.ru/
Журналист – https://jrnlst.ru/
Международная федерация журналистов – https://www.ifj.org/
Международная федерация периодических СМИ – https://www.fipp.com/

Новая газета – https://novayagazeta.ru/
Профиль – https://profile.ru/
Российская газета – https://rg.ru/
ТАСС – https://tass.ru/
Фонд Общественное Мнение – https://fom.ru/
Центр журналистских технологий – http://www.cjt.nnov.ru/index.htm
Центр раскрытия корпоративной информации Интерфакс. – http://www.e-disclosure.ru/
Эксперт – https://expert.ru/

5.4. Перечень программного обеспечения

LibreOffice

5.5. Учебно-методические материалы для студентов с ограниченными возможностями здоровья

При необходимости по заявлению обучающегося с ограниченными возможностями здоровья учебно-методические материалы предоставляются в формах, адаптированных к ограничениям здоровья и восприятия информации. Для лиц с нарушениями зрения: в форме аудиофайла; в печатной форме увеличенным шрифтом. Для лиц с нарушениями слуха: в форме электронного документа; в печатной форме. Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: в форме электронного документа; в печатной форме.

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Помещения для проведения всех видов работ, предусмотренных учебным планом, укомплектованы необходимой специализированной учебной мебелью и техническими средствами обучения:

- столы, стулья;

- персональный компьютер / ноутбук (переносной);

- проектор, экран / интерактивная доска.

Для проведения лекционных занятий используется демонстрационное оборудование.

7. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Методические указания по освоению дисциплины представлены в Приложении 2 к рабочей программе дисциплины.

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

1 Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

1.1 Показатели и критерии оценивания компетенций:

ЗУН, составляющие компетенцию	Показатели оценивания	Критерии оценивания	Средства оценивания*
ПК-3: готов осуществлять планирование, координацию и оценивать эффективность деятельности подразделения			
<p>Знать: основные критерии оценивания эффективности психологических составляющих СМИ, коммуникаций медиа и целевой аудитории, медиапродвижения, медиаобразования и эффективности деятельности специалиста медиасферы</p>	<p>Формулирует ответы на поставленные вопросы, выбирает тему и содержание сообщений, понимает психологические закономерности деятельности специалиста медиасферы</p>	<p>Соответствие темы и содержания сообщений, выполненных работ научным данным о психологических факторах функционирования медиа, адекватные основным понятиям курса ответы и примеры в выполняемых заданиях, понимание основных закономерностей медиапродвижения, медиаобразования и эффективности деятельности представителя СМИ</p>	<p>ВЭ (1-36) О ТЗ ИР Т (1-10)</p>
<p>Уметь: планировать деятельность СМИ на временную перспективу, учитывая психологические законы и феномены функционирования медиа</p>	<p>Анализирует основные подходы к применению психологических законов и механизмов при планировании профессиональной деятельности, при ответах и выполнении иных работ, ставит проблемы и формулирует выводы, показывает возможности планирования деятельности СМИ и создания медиапродуктов с учетом современных научных данных в области медиапсихологии</p>	<p>Полнота и содержательность ответа, демонстрация осознанных знаний по предмету, уместность приведенных примеров, содержательность выводов, соответствие представленной в работах по курсу информации материалам лекции, учебной литературы, сведениям из информационных интернет-ресурсов и баз данных</p>	<p>ВЭ (37-39) О ТЗ ИР Т (1-10)</p>
<p>Владеть: навыками психологически грамотного распределения кадровых и финансовых ресурсов в соответствии с задачами эффективной работы медиа</p>	<p>Применяет в рамках практических работ навыки психологически грамотного планирования работы СМИ, прогноза деятельности и оценки эффективности представляет с учетом психологических законов и технологий</p>	<p>Грамотность и самостоятельность выводов и суждений, представленных в ответах и работах по курсу, качественный анализ данных, предложенные примеры и планы соответствуют реальным условиям работы СМИ, демонстрирует понимание</p>	<p>ВЭ (37-39) О ТЗ ИР</p>

		психологических составляющих работы различных специалистов СМИ, анализ медиапродуктов соответствует психологическим критериям эффективной работы медиа	
--	--	--	--

** ВЭ – вопросы к экзамену; О – опрос; ТЗ – творческое задание; ИР – исследовательская работа; Т – тест.*

1.2 Шкалы оценивания:

Текущий контроль успеваемости и промежуточная аттестация осуществляется в рамках накопительной балльно-рейтинговой системы в 100-балльной шкале:

- 84-100 баллов (оценка «отлично»);
- 67-83 баллов (оценка «хорошо»);
- 50-66 баллов (оценка «удовлетворительно»);
- 0-49 баллов (оценка «неудовлетворительно»).

2 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы.

Вопросы к экзамену

1. Медиапсихология: задачи, направления исследований.
2. Предметное поле медиапсихологии.
3. Задачи и направления медиапсихологических исследований.
4. Зарубежные и отечественные представители медиапсихологии.
5. Основные понятия медиапсихологии.
6. Методы исследования в медиапсихологии.
7. Массмедиа как психологический феномен.
8. Феномены и механизмы восприятия медиакультуры человеком.
9. Механизмы психологического влияния СМИ.
10. Новые тенденции массовой коммуникации и их психологическая характеристика.
11. Культура как психологический феномен.
12. Психологические основы современных тенденций работы с текстом и дизайна.
13. Психологические особенности деятельности специалиста медиасферы.
14. Психологическая компетентность специалиста медиасферы и ее роль в успешности деятельности.
15. Стрессовые факторы деятельности специалиста медиасферы и способы работы со стрессом.
16. Психологическое выгорание и способы его предупреждения.
17. Здоровьесберегающие технологии организации деятельности специалистов СМИ.
18. Основные научные факты медианалитики.
19. Медиатерапия: основные направления.
20. Медиациммунитет: понятие, технологии.
21. Медиаккомпетентность: способы повышения психологической компетентности в области СМИ.
22. Формы и направления медиаобразования.
23. Безопасные и эффективные способы работы с информацией.
24. Функции СМИ: функция социальной ориентировки и участия в формировании общественного мнения.
25. Функции СМИ: функция аффилиации.
26. Функции СМИ: функция контакта.
27. Функции СМИ: утилитарная и релаксирующая.
28. Психологические законы и модели работы медиа.

29. Психологические основания и механизмы продвижения медиапродуктов.
30. Психологические закономерности работы СМИ с аудиторией.
31. Эффекты влияния массмедиа на личность.
32. Способы манипуляций в СМИ.
33. Феномены когнитивных искажений и их использование СМИ.
34. Психологические законы, механизмы и эффекты, используемые при создании медиапродуктов.
35. Условия, факторы, стратегии и каналы продвижения медиапроектов.
36. Планирование работы СМИ с учетом психологических основ деятельности в области медиа.
37. Психологическая экспертиза медиапродукта.
38. Анализ методов и качества реализации психологических функций СМИ (СМИ по выбору).
39. Особенности профессиональной психологической компетентности специалиста медиасферы (на материале работ ведущих отечественных и зарубежных журналистов).

Экзамен выполняется в форме ответов на экзаменационные билеты. Третий вопрос билетов предполагает ответы на вопросы, связанные с применением практических навыков, сформированных в ходе освоения дисциплины. Магистранту предлагается выполнить одно из трех заданий: сделать психологическую экспертизу медиапродукта, проанализировать методы и качества реализации психологических функций СМИ (СМИ по выбору) или описать особенности профессиональной психологической компетентности специалиста медиасферы (на материале работ ведущих отечественных и зарубежных журналистов).

Критерии оценивания:

Максимальное количество баллов – 100.

100-84 балла (оценка «отлично») – ответы на вопросы верны; продемонстрировано наличие глубоких исчерпывающих / твердых и достаточно полных знаний, грамотное и логически стройное изложение материала при ответе, приведение конкретных примеров из современной медиапрактики;

83-67 баллов (оценка «хорошо») – ответ на вопрос верный, но с отдельными погрешностями и ошибками, уверено исправленными после дополнительных вопросов; продемонстрировано наличие глубоких исчерпывающих / твердых и достаточно полных знаний, грамотное и логически стройное изложение материала при ответе, приведение примеров из современной медиапрактики;

66-50 баллов (оценка «удовлетворительно») – ответ на вопрос частично верный, продемонстрирована некоторая неточность ответов на дополнительные и наводящие вопросы, студент не может привести примеров из современной медиапрактики;

49-0 баллов (оценка «неудовлетворительно») – ответ на вопрос не верен, продемонстрирована неуверенность и неточность ответа на дополнительные и наводящие вопросы.

Опрос

Метод опроса применяется на каждом практическом занятии и при постановке проблемных вопросов во время лекционных занятий. Фронтальный опрос используется для поэтапной проверки знаний и умений магистрантов по вопросам курса, изложенных во время занятий или предложенных для самостоятельного изучения. Индивидуальный устный опрос позволяет выяснить правильность ответа по содержанию, последовательность, самостоятельность суждений и выводов, степень владения понятийным аппаратом, проверить уровень усвоения изучаемого материала. В качестве организационных форм устного опроса используются следующие: обращение с вопросом, конструирование ответа, рецензирование ответа, оценка ответа и ее обоснование, постановка вопросов студенту другими студентами, взаимопроверка, самопроверка.

Критерии оценивания:

Максимальное количество баллов за ответы во время устного опроса – 40 (5x8=40).

Максимальное количество баллов за выполнение заданий на практических занятиях – 40. Максимальное количество баллов за верный ответ на занятии – 5. Всего 8 заданий. Задания на практических занятиях соответствуют теме занятия, указанной в программе. Также магистрант может получить оценку за выполненное задание по теме самостоятельной работы, указанной в программе.

5 баллов – правильный по содержанию ответ по теме занятия, выполненные задания, последовательность, самостоятельность суждений и выводов, высокая степень владения понятийным аппаратом, есть аргументация, приведены примеры;

4-3 балла – допущены незначительные ошибки при ответе, недостаточное владение категориально-понятийным аппаратом, слабая аргументация, приведены примеры;

2-1 балл – ответы показывают фрагментарные знания, нет аргументации, не может привести примеры;

0 – ответ отсутствует или неверный.

Тест

Обведите номера правильных ответов

1. Предметом медиапсихологии является:

- 1) исследование персональных и групповых медиаэффектов
- 2) статистика переходов на сайт издания и аналитика дочитывания
- 3) разработка программ по формированию медиакомпетентности
- 4) медиазащитенность личности
- 5) развитие медиаиндустрии
- 6) исследование типологических характеристики медиапродуктов
- 7) методы влияния на массовую аудиторию с помощью СМИ

2. К проблемам применения психологических знаний к медиа относятся такие, как

- 1) некачественное применение психологических законов
- 2) создание программ по медиатерапии
- 3) применение материалов из популярной литературы по маркетингу
- 4) подмена психологических знаний экспертным мнением
- 5) отсылки к законам, которые пересмотрены
- 6) подмена экспертного мнения рекламой

3. Выделяют современные медиаэффекты, которые однозначно оказывают отрицательное влияние на личность человека. Среди них:

- 1) травмоопасная информация
- 2) зависимость от СМИ
- 3) манипуляции в СМИ
- 4) травма свидетеля
- 5) поддержка отдельных трендов

4. К заблуждениям, псевдопсихологическим популярным знаниям относятся следующие теории:

- 1) эмотивный текст оказывает большее влияние на потребителя контента
- 2) внимание читателя удерживается не более 7 минут
- 3) все манипуляции вредны
- 4) есть особенности разных поколений, например, поколения Z
- 5) длинные тексты не читают
- 6) возрастные характеристики аудитории незначительно меняются на протяжении последних ста лет

5. На данном уровне профессиональной компетентности (согласно классификации Дж. Равена) человек наиболее уверен в своих знаниях:

- 1) осознанно неквалифицированный
- 2) неосознанно опытный
- 3) осознанно умелый
- 4) неосознанно развитый
- 5) неосознанно неквалифицированный

6. Достижение в профессии журналиста в значительной мере определяется такими личными характеристиками специалиста, как:

- 1) реалистичность ожиданий
- 2) компромисс как предпочитаемая линия поведения в конфликте
- 3) адекватная оценка ресурсов
- 4) владения техниками действий в стрессовых условиях
- 5) коммуникативная компетентность
- 6) очень высокая мотивированность
- 7) склонность к риску
- 8) способность к обучению

7. В ситуациях неопределенности и стресса наиболее эффективны следующие техники:

- 1) создание и уборка пространства
- 2) отстраненность
- 3) выполнение своих каждодневных обязанностей
- 4) включенность
- 5) проявление доброты
- 6) отложить свои цели и задачи на неопределенное время
- 7) оценка ресурсов
- 8) действие согласно своим целям и с учетом ситуации

8. Исследователь Гемсон (сформулировал конструкционистскую модель массовой коммуникации) перечисляет ряд ее составляющих:

- 1) работа с категорией «идеи дня»
- 2) работа по запросу аудитории
- 3) формирование общественного мнения
- 4) общее благо приоритет
- 5) эффект культивации
- 6) интересы заказчика в приоритете
- 7) феномен творения добра
- 8) феномен спирали молчания
- 9) культивация принадлежности к особым людям (элите, умным, свободным и т.д.)

9. К основным причинам думскроллинга относятся такие, как

- 1) желание жить осознанно
- 2) страх пропустить важные новости
- 3) желание подготовиться к реальным угрозам
- 4) развитое критическое мышление
- 5) потребность понять и усвоить опыт людей, которые переживают сложные события
- 6) потеря контроля над своей реальной (не виртуальной) жизнью

10. Какой закон или теория объясняют сложность для человека выбраться из информационного фильтра даже если имеются доказательства его неправоты:

- 1) эффект доктора Фокса
- 2) теория когнитивного диссонанса
- 3) эффект Ирвина
- 4) теория релевантности
- 5) эффект сверхуверенности
- 6) кибернетическая теория

Инструкция по выполнению

При подготовке к выполнению тестов магистрант может использовать основную и дополнительную литературу к курсу, может работать самостоятельно с дополнительными источниками, а также опираться материалы курса, изложенные на лекциях. При выполнении тестов необходимо выбрать несколько верных ответов.

Для выполнения задания нужно обвести номера правильных ответов в каждом тесте.

Критерии оценивания:

Максимальное количество баллов за все задание – 20. За каждый правильный ответ на вопрос теста – 2 балла.

Творческое задание

Творческое задание «Психологическая экспертиза медиапродукта».

Инструкция по выполнению

Творческое задание по данной дисциплине направлено на максимальное присвоение обучающимися полученных во время лекций, практических занятий и самостоятельной работы знаний в области психологических аспектов создания и анализа медиапродуктов. При выполнении творческого задания максимально интегрируются полученные знания в области медиапсихологии, магистранты получают также опыт практического применения этих знаний, отрабатывают профессиональные умения. Магистранты самостоятельно выбирают критерии анализа (на основе полученных знаний), вид медиапродукта и представляют на практическом занятии свою работу для обсуждения. Также

поощряется активное участие в обсуждении психологической экспертизы медиапродуктов других членов группы.

Критерии оценивания:

Максимальное количество баллов за все задание – 20.

- 20-15 баллов: экспертиза сделана на высоком уровне, продемонстрировано владение основными понятиями и базовыми знаниями курса, а также знание психологических факторов создания медиапродукта; выбранные критерии анализа обоснованы и соответствуют виду медиапродукта; проведено мини-исследование, материалы изложены грамотно, отражены проблемные вопросы, продемонстрирована способность эффективно использовать лексические, грамматические, семантические, стилистические нормы современного русского языка; продемонстрировано значение знаний в области медиапсихологии для работы СМИ; даны рекомендации по существу вопросов в корректной, доброжелательной форме; допущены минимальные погрешности в работе, незначительные замечания самостоятельно устранены магистрантом;
- 14-10 баллов: экспертиза сделана на высоком уровне, продемонстрировано владение основными понятиями и базовыми знаниями курса, а также знание психологических факторов создания медиапродукта; выбранные критерии анализа обоснованы и соответствуют виду медиапродукта; проведено мини-исследование, материалы изложены грамотно, отражены проблемные вопросы, продемонстрирована способность эффективно использовать лексические, грамматические, семантические, стилистические нормы современного русского языка; продемонстрировано значение знаний в области медиапсихологии для работы СМИ; даны рекомендации по существу вопросов в корректной, доброжелательной форме; допущены незначительные ошибки в оформлении или презентации работы; задание сделано более формально, низкий процент самостоятельного анализа и прогноза; даны формальные рекомендации или рекомендации не по существу; допущены незначительные ошибки в работе; замечания были устранены с помощью преподавателя; магистрант не принимал участие в обсуждении работ;
- 9-5 баллов: работа сделана на среднем уровне, частично или продукт в большей мере вторичный (оригинальность меньше 60%), в ходе презентации магистрант затруднялся ответить на вопросы, были допущены существенные фактические ошибки; материалы изложены с нарушением языковых норм; экспертиза сделана с ошибками и без рекомендаций; экспертиза сделана на основе только одного критерия; подобраны критерии нерелевантные типу медиапродукта; замечания не были своевременно устранены;
- 4-1 баллов: работа сделана частично, допущены значимые ошибки по содержанию, материалы изложены с ошибками, нарушением языковых норма или работа представлена в рамках краткого устного ответа без проработки деталей; пропущены пункты задания;
- 0 баллов: работа отсутствует.

Исследовательская работа

Самостоятельная исследовательская работа на тему: «Особенности профессиональной психологической компетентности специалиста медиасферы (на материале работ ведущих отечественных и зарубежных журналистов)»

Инструкция по выполнению

После ознакомления с понятием и составляющими психологической компетентности специалиста медиасферы магистранты самостоятельно выбирают успешных специалистов медиасферы, чаще всего – журналиста, и анализируют образцы его работ. В ходе выполнения задания описываются корреляты психологической компетентности специалиста, даются ответы на вопросы: как проявляется психологическая компетентность в профессиональной деятельности конкретного журналиста, какие психологические законы, механизмы он использует, какие особенности его профессионализма, прослеживаемые в работе, магистрант считает нужным взять в качестве одной из целей собственного профессионального развития.

Критерии оценивания:

Максимальное количество баллов за все задание – 20

- 20-15 баллов: задание выполнено качественно, корреляты психологической компетентности проанализированы, опознаны, приведены с примерами, дана полная оценка по заданным параметрам, сделаны самостоятельные выводы, незначительные замечания были самостоятельно устранены магистрантом;
- 14-9 баллов: задание выполнено на хорошем уровне, проведен правильный, но

недостаточно полный анализ, дана оценка не по всем параметрам, выводы сделаны частично, замечания устранены с помощью преподавателя;

- 8-5 баллов: задание сделано частично или допущены ошибки, выводы не сформулированы или ошибочны;

- 4-0 баллов: задание не сделано или присутствуют ошибки, указывающие на недостаточное усвоение данной темы студентом.

3 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Процедуры оценивания включают в себя текущий контроль и промежуточную аттестацию.

Текущий контроль успеваемости проводится с использованием оценочных средств, представленных в п. 2 данного приложения. Результаты текущего контроля доводятся до сведения студентов до промежуточной аттестации.

Промежуточная аттестация проводится в форме экзамена.

Экзамен проводится по расписанию промежуточной аттестации в устном виде. Количество вопросов в билете – 3. Оценка ответов и объявление результатов производится в день экзамена. Результаты аттестации заносятся в экзаменационную ведомость и зачетную книжку студента. Студенты, не прошедшие промежуточную аттестацию по графику сессии, должны ликвидировать задолженность в установленном порядке.

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Учебным планом предусмотрены следующие виды занятий:

- лекции;
- практические занятия.

При подготовке к практическим занятиям каждый магистрант должен:

- изучить рекомендованную учебную литературу;
- изучить конспекты лекций, презентации и материалы, предоставленные преподавателем;
- подготовить ответы на все вопросы по изучаемой теме.

В процессе подготовки к практическим занятиям магистранты могут воспользоваться консультациями преподавателя.

Вопросы, не рассмотренные на лекциях и практических занятиях, должны быть изучены магистрантами в ходе самостоятельной работы. Контроль самостоятельной работы над учебной программой курса осуществляется в ходе занятий методами устного и письменного опроса, посредством оценки докладов, творческого задания и исследовательской работы.

В процессе самостоятельной работы каждый студент должен прочитать основную и, по возможности, дополнительную литературу по изучаемой теме, дополнить конспекты лекций недостающим материалом, выписками из рекомендованных первоисточников. Выделить непонятные термины, найти их значение в энциклопедических словарях.

Для подготовки к занятиям, текущему контролю и промежуточной аттестации магистранты могут воспользоваться электронно-библиотечными системами, материалами, предоставленными преподавателем на кафедру. Также обучающиеся могут взять на дом необходимую литературу на абонементе университетской библиотеки или воспользоваться читальными залами. Также обучающиеся могут взять на дом необходимую литературу на абонементе университетской библиотеки или воспользоваться читальными залами.