

МИНПРОСВЕЩЕНИЯ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
"Тульский государственный педагогический университет им. Л.Н. Толстого"
(ФГБОУ ВО "ТГПУ им. Л.Н. Толстого")

Основы медиапсихологии

рабочая программа дисциплины (модуля)

Закреплена за кафедрой	психологии и педагогики
ОПОП	02.03.02 Фундаментальная информатика и информационные технологии направленность (профиль) Открытые информационные системы
Квалификация	Бакалавр
Год начала подготовки	2019
Форма обучения	очная
Общая трудоемкость	3 з.е.

Виды контроля по семестрам:
зачет 6

Семестр(Курс.Номер семестра на курсе)	6(3.2)		Итого	
	УП	РПД	УП	РПД
Лекции	16	16	16	16
Практические	24	24	24	24
Итого ауд.	40	40	40	40
КСР	2	2	2	2
Контактная работа	42	42	42	42
Сам. работа	66	66	66	66
Часы на контроль	0	0	0	0
Итого трудоемкость в часах	108	108	108	108

Программу составил(и):

к.псих.н, доцент, Ваньков Алексей Борисович;нет, ст. преподаватель, Топорнина Анна Вячеславовна

Рабочая программа дисциплины

Основы медиапсихологии

разработана в соответствии с ФГОС:

Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования по направлению подготовки 02.03.02
Фундаментальная информатика и информационные технологии (уровень бакалавриата) (приказ Минобрнауки России от
23.08.2017г. №808)

составлена на основании учебного плана:

02.03.02 Фундаментальная информатика и информационные технологии
направленность (профиль) Открытые информационные системы
утвержденного Учёным советом вуза от 30.05.2019 протокол № 6.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры

психологии и педагогики

Зав. кафедрой Пазухина С.В.

РПД утверждена Учёным советом университета
протокол от 30.5.2019 г. № 6

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Познакомить студентов с новой отраслью психологической науки - медиапсихологией, изучающей процессы медиапроизводства, медиапотребления, формирования медиакомпетентности и медиаиммунитета (медиазащищенности).

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП

Цикл (раздел) ООП:	Б1.В.ДВ.02
2.1	Требования к предварительной подготовке обучающегося:
1.	Математическая логика и теория алгоритмов
2.	Объектно-ориентированный анализ и проектирование
3.	Операционные системы
4.	Теория вероятностей и математическая статистика
5.	Дифференциальные уравнения
6.	Геометрия
7.	Компьютерные сети
8.	Математический анализ
9.	Программирование клиентских приложений
10.	Теория чисел
11.	Философия
12.	Алгебра
13.	Алгоритмизация и программирование
14.	Архитектура ЭВМ
15.	Дискретная математика
16.	Технологии программирования
17.	Объектно-ориентированное программирование
18.	Технологии и практикум веб-программирования
19.	Экономика
20.	Элементы криптографии
21.	технологическая практика
2.2	Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:
1.	Информационная безопасность и защита персональных данных
2.	научно-исследовательская работа
3.	Технологии визуализации данных

3. СООТНЕСЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ) С ИНДИКАТОРАМИ ДОСТИЖЕНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ

3.1 Компетенции обучающегося и индикаторы их достижения:

ПК-1: Способность приобретать и использовать организационно-управленческие навыки в конкретной профессиональной и социальной деятельности; разрабатывать, реализовывать и управлять процессами жизненного цикла программных продуктов

ПК-1.2	Умеет приобретать и использовать организационно-управленческие навыки в профессиональной и социальной деятельности
--------	--

знает особенности медиапсихологии как научной отрасли, основные подходы и методологические принципы медиапсихологии;
умеет осуществлять психологический анализ медиатекстов, применять медиатексты для решения профессиональных задач;

УК-1: Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач

УК-1.3	Имеет практический опыт работы с информационными объектами и сетью Интернет, опыт научного поиска, опыт библиографического разыскания, создания научных текстов
--------	---

знает аспекты функционирования медиакультуры в современном обществе;
умеет самостоятельно анализировать разные теоретические подходы и концепции в области медиапсихологии;
владеет навыками применения медиа- методик и технологий в исследовательской и профессиональной деятельности, эффективного использования способов меди.

УК-6: Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни

УК-6.2	Умеет планировать свое рабочее время и время для саморазвития формулировать цели личного и профессионального развития и условия их достижения, исходя из тенденций развития области профессиональной деятельности, индивидуально-личностных особенностей
	знает основополагающие проблемы в области медиапсихологии; умеет применять психологические знания в практике организации медиаисследований;
3.2 Результаты обучения по дисциплине:	
В результате освоения дисциплины обучающийся должен:	
	Знать:
3.1	особенности медиапсихологии как научной отрасли;
3.2	основные подходы и методологические принципы медиапсихологии;
3.3	основополагающие проблемы в области медиапсихологии;
3.4	аспекты функционирования медиакультуры в современном обществе;
	Уметь:
У.1	осуществлять психологический анализ медиатекстов;
У.2	применять медиатексты для решения профессиональных задач;
У.3	самостоятельно анализировать разные теоретические подходы и концепции в области медиапсихологии;
У.4	применять психологические знания в практике организации медиаисследований;
	Владеть:
В.1	применения медиа- методик и технологий в исследовательской и профессиональной деятельности;
В.2	эффективного использования способов медиа.

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Литература	Содержание
	Введение в медиапсихологию				
1.1	Предметное поле медиапсихологии /Лек/	6	2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3	Взаимосвязь медиапсихологии с другими науками (социальная психология, социология, педагогика, медиаобразование, журналистика, культурология, кросс-культурная психология, психология и социология массовых коммуникаций и др.). Вклад данных наук в медиапсихологию. Предметное поле медиапсихологии. Базовые понятия. Задачи и направления медиапсихологических исследований. Категории и принципы медиапсихологии. Зарубежные и отечественные представители медиапсихологии и их вклад в развитие данной отрасли. Развитие и становление зарубежных и отечественных исследований в области медиакоммуникаций. Современное состояние медиапсихологических исследований.
1.2	Методы медиапсихологии /Пр/	6	2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3	Подходы к исследованию массмедиа (общепсихологический, социально-психологический, социологический). Методы исследования массовых коммуникаций. Медиаметрия. Рейтинг. Опрос. Интервью. Беседа. Тесты. Контент-анализ. Дневниковые записи. Групповые дискуссии. TV-метрия. Дискурсе-анализ. Метод фокус-групп. Мета-анализ.

1.3	История становления и развития массмедиа. Массмедиа как психологический феномен /Ср/	6	8	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3	Возникновение и развитие СМИ. Классификация медиа. Современные виды медиа как совокупность самостоятельных видов деятельности (фотожурналистика, журналистика, радио, пресса, телевидение, книгоиздательство, интернет, фотография, кинобизнес). Каналы массмедиа. История эмпирического изучения массмедиа. Теории и модели массовых коммуникаций. Основные характеристики массовых коммуникаций. Социально-психологические функции медиа в современном обществе. Медиа как агент социализации. Теории социализации и эффекты воздействия СМИ. Роль медиа в социальном конструировании реальности. Формирование стереотипов и социальных представлений в процессе массовых коммуникаций.
Массмедиа и культура					
2.1	Массмедиа и культура /Лек/	6	2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3	Культура как психологический феномен, как система информации и как коммуникация. Процессы глобализации и культура. Мультимедиа как феномен культуры, средство коммуникаций и культурного обмена. Социально-психологические функции массмедиа в современной культуре и современные тенденции развития массовых коммуникаций. СМИ и культура: эффекты взаимодействия (влияние культуры на массмедиа и воздействие массмедиа на культуру). Теоретические проблемы исследования медиа в различных культурах. Культурные различия в медиаповедении людей. Культурная самоидентификация личности в современном медиапространстве. Медиамир, культурно-психологическое пространство, переходы и барьеры культурных границ личности. Медиакультура как социально-психологический феномен. Медиакультура как особый тип организационной культуры. Феноменология, теория и подходы к исследованию медиакультуры. Теоретическая и практическая значимость исследований медиакультуры для развития медиапсихологии. Социально-психологические функции медиакультуры. Психологические проблемы медиакультуры как новой социальной реальности человеческого общества (психологический анализ самочувствия личности в условиях медиакультуры; медиакультура как источник социальных представлений; роль медиакультуры в формировании группового сознания и др.). Медиакультура личности. Медиакультура отдельных социальных сообществ, социальных систем и групп. Медиакультура общества в целом. Перспективные направления изучения медиакультуры в рамках медиапсихологии. Медиалогия как новая гуманитарная наука об эволюции (генезисе) медиакультуры.

2.2	Фактор культуры в медиапсихологических исследованиях /Пр/	6	2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3	<p>Культура как психологический феномен, как система информации и как коммуникация.</p> <p>Процессы глобализации и культура.</p> <p>Мультимедиа как феномен культуры, средство коммуникаций и культурного обмена.</p> <p>Социально-психологические функции массмедиа в современной культуре и современные тенденции развития массовых коммуникаций. СМИ и культура: эффекты взаимодействия (влияние культуры на массмедиа и воздействие массмедиа на культуру). Теоретические проблемы исследования медиа в различных культурах.</p> <p>Культурные различия в медиаповедении людей. Культурная самоидентификация личности в современном медиaprостранстве.</p> <p>Медиамир, культурно-психологическое пространство, переходы и барьеры культурных границ личности.</p>
2.3	Психологическое исследование медиакультуры /Пр/	6	2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3	<p>Медиакультура как социально-психологический феномен. Медиакультура как особый тип организационной культуры.</p> <p>Феноменология, теория и подходы к исследованию медиакультуры. Теоретическая и практическая значимость исследований медиакультуры для развития медиапсихологии. Социально-психологические функции медиакультуры.</p> <p>Психологические проблемы медиакультуры как новой социальной реальности человеческого общества (психологический анализ самочувствия личности в условиях медиакультуры; медиакультура как источник социальных представлений; роль медиакультуры в формировании группового сознания и др.). Медиакультура личности.</p> <p>Медиакультура отдельных социальных сообществ, социальных систем и групп.</p> <p>Медиакультура общества в целом.</p> <p>Перспективные направления изучения медиакультуры в рамках медиапсихологии.</p> <p>Медиалогия как новая гуманитарная наука об эволюции (генезисе) медиакультуры.</p>

2.4	Массмедиа и культура /Ср/	6	12	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3	<p>Культура как психологический феномен, как система информации и как коммуникация.</p> <p>Процессы глобализации и культура.</p> <p>Мультимедиа как феномен культуры, средство коммуникаций и культурного обмена.</p> <p>Социально-психологические функции массмедиа в современной культуре и современные тенденции развития массовых коммуникаций. СМИ и культура: эффекты взаимодействия (влияние культуры на массмедиа) и воздействие массмедиа на культуру). Теоретические проблемы исследования медиа в различных культурах.</p> <p>Культурные различия в медиаповедении людей. Культурная самоидентификация личности в современном медиaprостранстве.</p> <p>Медиамир, культурно-психологическое пространство, переходы и барьеры культурных границ личности.</p> <p>Медиакультура как социально-психологический феномен. Медиакультура как особый тип организационной культуры.</p> <p>Феноменология, теория и подходы к исследованию медиакультуры. Теоретическая и практическая значимость исследований медиакультуры для развития медиапсихологии. Социально-психологические функции медиакультуры. Психологические проблемы медиакультуры как новой социальной реальности человеческого общества (психологический анализ самочувствия личности в условиях медиакультуры; медиакультура как источник социальных представлений; роль медиакультуры в формировании группового сознания и др.). Медиакультура личности.</p> <p>Медиакультура отдельных социальных сообществ, социальных систем и групп.</p> <p>Медиакультура общества в целом.</p> <p>Перспективные направления изучения медиакультуры в рамках медиапсихологии.</p> <p>Медиалогия как новая гуманитарная наука об эволюции (генезисе) медиакультуры.</p>
	<p>Психология медиапроизводства в поликультурном мире.</p> <p>Психологические основы функционирования медиа</p>				

3.1	Психология медиапроизводства в поликультурном мире. Психологические основы функционирования медиа /Лек/	6	2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3	<p>Модели функционирования СМИ. Теории взаимодействия средств массовых коммуникаций и аудитории (теории ограниченного, неограниченного влияния, теория социальной ответственности СМИ, постмодернистская теория «гипериндивидуалистической аудитории»).</p> <p>Изучение эффектов воздействия массмедиа на личность как основная задача медиапсихологии. Виды телевизионной продукции (новостные, аналитические, развлекательные, просветительские программы). Медиапродукция как предмет медиапсихологии. Медиапланирование как процесс определения целей и стратегий эффективного использования СМИ.</p> <p>Психологические методы воздействия массмедиа на аудиторию (заражение, внушение, убеждение, научение, рекламные манипулятивные техники и стратегии, PR, общественное мнение, эпатажность, мифологизация, виртуализация, сенсационность). Современные медиапродукты. Социально-психологические исследования эффективности массмедиа (удовлетворенность аудитории; изменение отношения к определенным событиям, явлениям; изменения в поведении зрителей, слушателей в пространстве определенных событий. Анализ факторов роста значимости СМИ в современном обществе. Двусторонняя зависимость массмедиа и аудитории.</p> <p>Массмедиа как инструмент манипуляции и средство медиатерапии. Психологическая типология медиатекстов (информационно-фактографические, оценочные, рационально-убеждающие, эмоционально-побуждающие, монологичные, полилогичные, реалистические, деловые, гедонистические и т.д.). Дифференцирующие и интегрирующие медиасообщения как направленность на различные социальные группы аудитории.</p> <p>Социально-психологические аспекты новых информационных технологий (прямой эфир, режим «он-лайн» периодических изданий и т.п.). Модели медиаинститутов и их роль в социализации личности.</p>
-----	---	---	---	----------------------------	---

3.2	Психология медиапроизводства в поликультурном мире. Психологические основы функционирования медиа /Пр/	6	4	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3	<p>Современные медиапродукты. Социально-психологические исследования эффективности массмедиа (удовлетворенность аудитории; изменение отношения к определенным событиям, явлениям; изменения в поведении зрителей, слушателей в пространстве определенных событий. Анализ факторов роста значимости СМИ в современном обществе. Двусторонняя зависимость массмедиа и аудитории. Массмедиа как инструмент манипуляции и средство медиатерапии. Психологическая типология медиатекстов (информационно-фактографические, оценочные, рационально-убеждающие, эмоционально-побуждающие, монологичные, полилогичные, реалистические, деловые, гедонистические и т.д.). Дифференцирующие и интегрирующие медиасообщения как направленность на различные социальные группы аудитории. Социально-психологические аспекты новых информационных технологий (прямой эфир, режим «он-лайн» периодических изданий и т.п.). Модели медиаинститутов и их роль в социализации личности.</p>
-----	--	---	---	----------------------------	---

3.3	Психология медиапроизводства в поликультурном мире. Психологические основы функционирования медиа /Ср/	6	12	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3	<p>Модели функционирования СМИ. Теории взаимодействия средств массовых коммуникаций и аудитории (теории ограниченного, неограниченного влияния, теория социальной ответственности СМИ, постмодернистская теория «гипериндивидуалистической аудитории»). Изучение эффектов воздействия массмедиа на личность как основная задача медиапсихологии. Виды телевизионной продукции (новостные, аналитические, развлекательные, просветительские программы). Медиапродукция как предмет медиапсихологии. Медиапланирование как процесс определения целей и стратегий эффективного использования СМИ. Психологические методы воздействия массмедиа на аудиторию (заражение, внушение, убеждение, научение, рекламные манипулятивные техники и стратегии, PR, общественное мнение, эпатажность, мифологизация, вир-туализация, сенсационность). Современные медиапродукты. Социально-психологические исследования эффективности массмедиа (удовлетворенность аудитории; изменение отношения к определенным событиям, явлениям; изменения в поведении зрителей, слушателей в пространстве определенных событий. Анализ факторов роста значимости СМИ в современном обществе. Двусторонняя зависимость массмедиа и аудитории. Массмедиа как инструмент манипуляции и средство медиатерапии. Психологическая типология медиатекстов (информационно-фактографические, оценочные, рационально-убеждающие, эмоционально-побуждающие, монологичные, полилогичные, реалистические, деловые, гедонистические и т.д.). Дифференцирующие и интегрирующие медиасообщения как направленность на различные социальные группы аудитории. Социально-психологические аспекты новых информационных технологий (прямой эфир, режим «он-лайн» периодических изданий и т.п.). Модели медиаинститутов и их роль в социализации личности.</p>
	Психология продвижения и потребления медиапроектов. Психология восприятия и отношения к медиапроектам				

4.1	Психология продвижения и потребления медиапроектов /Лек/	6	2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3	<p>Аудитория как объект и субъект коммуникации. Виды аудитории (потенциальная, реальная, базовая). Социально-психологические особенности различных групп аудитории: варианты медиаповедения и медиакommunikативного взаимодействия. Категория продвижения в междисциплинарных исследованиях. Продвижение медиапроектов как социально-психологический феномен. Условия, факторы, стратегии и каналы продвижения медиапроектов. Медиапотребление как результат деятельности продвижения (повышение первоначальной ценности товара без улучшения исходной качества товара). Подходы в выборе СМИ (рациональный, нормативный, межличностный).</p>
4.2	Психология продвижения и потребления медиапроектов /Пр/	6	2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3	<p>Аудитория как объект и субъект коммуникации. Виды аудитории (потенциальная, реальная, базовая). Социально-психологические особенности различных групп аудитории: варианты медиаповедения и медиакommunikативного взаимодействия. Категория продвижения в междисциплинарных исследованиях. Продвижение медиапроектов как социально-психологический феномен. Условия, факторы, стратегии и каналы продвижения медиапроектов. Медиапотребление как результат деятельности продвижения (повышение первоначальной ценности товара без улучшения исходной качества товара). Подходы в выборе СМИ (рациональный, нормативный, межличностный).</p>

4.3	Психология восприятия и отношения к медиапроектам /Лек/	6	2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3	<p>Психологические механизмы восприятия медиа (готовность, ожидание, идентификация, эмпатия, эффект эмоционального заражения). Восприятие коммуникатора аудиторией. Процессы массовизации и индивидуализации потребления медиапродуктов. Психология восприятия образов транслируемых массмедиа. Изучение потребностей и личностных ценностей аудитории. Классификация мотивов обращения личности к массмедиа. Прагматическая модель выбора СМИ. Дифференциация аудитории в соответствии с образом жизни и другими социально-психологическими характеристиками. Эффекты влияния массмедиа на личность (эффекты дезиндивидуализации личности, зависимость от массмедиа, конформизм и др.). Социально-психологические функции исследований аудитории массмедиа. Анализ эмпирических исследований восприятия коммуникаторов массмедиа. Теории влияния СМИ на аудиторию. Эффект Бартлета. Эффект ореола. Эффект реактенса. Эффект привыкания. Эффект Барнума. Эффект насыщения. Эффект бумеранга. Эффект иллюзии знаний (Ноэлле-Нойманн). «Болезнь развлечения» (Хольтц-Бах). «Закон вымышленной действительности». «Эффект третьего лица». «Сеть удовольствий» Веннера. Теория «Управления настроением» Д. Цельмана. Гипотеза «Основного направления». «Процессуальная модель исследования фрейминг-процессов» (Шойфелле). «Модель двухступенчатого потока коммуникации» Лазерсфельда, Берельсона и Годэ. «Культивация мнений» Г. Гербнера. «Усталость от сочувствия» (Местрович). «Модели маркетингового отклика» (когнитивные, аффективные, интегративные, модели низкой вовлеченности). «Теория унифицированных последствий». Модель оценки стимула Клауса Шерера (критерии оценки: релевантность, импликация, способность к преодолению, соответствие нормам). «Концепт содержательности СМИ» (Райс).</p>
-----	---	---	---	----------------------------	---

4.4	Психология восприятия и отношения к медиапроектам /Пр/	6	4	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3	<p>Психологические механизмы восприятия медиа (готовность, ожидание, идентификация, эмпатия, эффект эмоционального заражения). Восприятие коммуникатора аудиторией. Процессы массовизации и индивидуализации потребления медиапродуктов. Психология восприятия образов транслируемых массмедиа. Изучение потребностей и личностных ценностей аудитории. Классификация мотивов обращения личности к массмедиа. Прагматическая модель выбора СМИ. Дифференциация аудитории в соответствии с образом жизни и другими социально-психологическими характеристиками. Эффекты влияния массмедиа на личность (эффекты дезиндивидуализации личности, зависимость от массмедиа, конформизм и др.). Социально-психологические функции исследований аудитории массмедиа. Анализ эмпирических исследований восприятия коммуникаторов массмедиа. Теории влияния СМИ на аудиторию. Эффект Бартлета. Эффект ореола. Эффект реактенса. Эффект привыкания. Эффект Барнума. Эффект насыщения. Эффект бумеранга. Эффект иллюзии знаний (Ноэлле-Нойманн). «Болезнь развлечения» (Хольтц-Бах). «Закон вымышленной действительности». «Эффект третьего лица». «Сеть удовольствий» Веннера. Теория «Управления настроением» Д. Цельмана. Гипотеза «Основного направления». «Процессуальная модель исследования фрейминг-процессов» (Шойфелле). «Модель двухступенчатого потока коммуникации» Лазерсфельда, Берельсона и Годэ. «Культивация мнений» Г. Гербнера. «Усталость от сочувствия» (Местрович). «Модели маркетингового отклика» (когнитивные, аффективные, интегративные, модели низкой вовлеченности). «Теория унифицированных последствий». Модель оценки стимула Клауса Шерера (критерии оценки: релевантность, импликация, способность к преодолению, соответствие нормам). «Концепт содержательности СМИ» (Райс).</p>
-----	--	---	---	----------------------------	---

4.5	Психология продвижения и потребления медиапроектов. Психология восприятия и отношения к медиапроектам /Ср/	6	20	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3	<p>Аудитория как объект и субъект коммуникации. Виды аудитории (потенциальная, реальная, базовая). Социально-психологические особенности различных групп аудитории: варианты медиаповедения и медиакommunikативного взаимодействия. Категория продвижения в междисциплинарных исследованиях. Продвижение медиапроектов как социально-психологический феномен. Условия, факторы, стратегии и каналы продвижения медиапроектов. Медиапотребление как результат деятельности продвижения (повышение первоначальной ценности товара без улучшения исходной качества товара).</p> <p>Подходы в выборе СМИ (рациональный, нормативный, межличностный).</p> <p>Психологические механизмы восприятия медиа (готовность, ожидание, идентификация, эмпатия, эффект эмоционального заражения). Восприятие коммуникатора аудиторией.</p> <p>Процессы массовизации и индивидуализации потребления медиапродуктов. Психология восприятия образов транслируемых массмедиа. Изучение потребностей и личностных ценностей аудитории. Классификация мотивов обращения личности к массмедиа. Прагматическая модель выбора СМИ. Дифференциация аудитории в соответствии с образом жизни и другими социально-психологическими характеристиками. Эффекты влияния массмедиа на личность (эффекты дезиндивидуализации личности, зависимость от массмедиа, конформизм и др.). Социально-психологические функции исследований аудитории массмедиа. Анализ эмпирических исследований восприятия коммуникаторов массмедиа. Теории влияния СМИ на аудиторию. Эффект Бартлета. Эффект ореола. Эффект реактенса. Эффект привыкания. Эффект Барнума. Эффект насыщения. Эффект бумеранга. Эффект иллюзии знаний (Ноэлле-Нойманн). «Болезнь развлечения» (Хольтц-Бах). «Закон вымышленной действительности». «Эффект третьего лица». «Сеть удовольствий» Веннера. Теория «Управления настроением» Д. Цельмана. Гипотеза «Основного направления». «Процессуальная модель исследования фрейминг-процессов» (Шойфелле). «Модель двухступенчатого потока коммуникации» Лазерсфельда, Берельсона и Годэ. «Культивация мнений» Г. Гербнера. «Усталость от сочувствия» (Местрович). «Модели маркетингового отклика» (когнитивные, аффективные, интегративные, модели низкой вовлеченности). «Теория унифицированных последствий». Модель оценки стимула Клауса Шерера (критерии оценки: релевантность, импликация, способность к преодолению, соответствие нормам). «Концепт содержательности СМИ» (Райс).</p>
-----	--	---	----	----------------------------	---

	Психология медиакоммуникативног о взаимодействия массмедиа и молодежной аудитории				
5.1	Психология медиакоммуникативного взаимодействия массмедиа и молодежной аудитории /Лек/	6	2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3	<p>Изучение влияния телевидения и Интернета на детей и молодежную аудиторию как приоритетное направление медиапсихологии.</p> <p>Влияние массмедиа на когнитивное и эмоциональное развитие молодежи. Влияние массмедиа на досуговые практики молодежи.</p> <p>Влияние телевидение на поведение детей.</p> <p>Реалити-шоу, ток-шоу, эпатажные юмористические программы для молодежи (миссия, функции). Кино: воздействия и роль в жизни молодежи. Медиа в структуре семейной жизни.</p> <p>Психологические особенности Интернет-культуры. Психологическое содержание понятия «виртуальная реальность». Типы компьютерной коммуникации в Интернете. Психологические характеристики интернет-коммуникации. Net-мышление. Интернет и три области медиапсихологии (по П. Винтерхофф-Шпурку). Особенности образа «я» жителей Интернета. Особенности эмоциональной и когнитивной сферы жителей Интернета. Исследования самоотношения и самооценки жителей Интернета. Функции и типология эффектов воздействия Интернета. Развитие личности опосредованное обучающими интернет-технологиями. Особенности самопрезентации личности в интернете. Аддиктивные феномены в виртуальном пространстве (интернет-зависимость, зависимость от интернет-общения, телезависимость).</p>
5.2	Анализ современных исследований в области медиаэффектов /Пр/	6	2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3	<p>Изучение влияния телевидения и Интернета на детей и молодежную аудиторию как приоритетное направление медиапсихологии.</p> <p>Влияние массмедиа на когнитивное и эмоциональное развитие молодежи. Влияние массмедиа на досуговые практики молодежи.</p> <p>Влияние телевидение на поведение детей.</p> <p>Реалити-шоу, ток-шоу, эпатажные юмористические программы для молодежи (миссия, функции). Кино: воздействия и роль в жизни молодежи. Медиа в структуре семейной жизни.</p> <p>Психологические особенности Интернет-культуры. Психологическое содержание понятия «виртуальная реальность». Типы компьютерной коммуникации в Интернете.</p>

5.3	Психология медиакоммуникативного взаимодействия массмедиа и молодежной аудитории. Анализ современных исследований в области медиаэффектов /Ср/	6	2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3	<p>Изучение влияния телевидения и Интернета на детей и молодежную аудиторию как приоритетное направление медиапсихологии.</p> <p>Влияние массмедиа на когнитивное и эмоциональное развитие молодежи. Влияние массмедиа на досуговые практики молодежи.</p> <p>Влияние телевидения на поведение детей.</p> <p>Реалити-шоу, ток-шоу, эпатажные юмористические программы для молодежи (миссия, функции). Кино: воздействия и роль в жизни молодежи. Медиа в структуре семейной жизни.</p> <p>Психологические особенности Интернет-культуры. Психологическое содержание понятия «виртуальная реальность». Типы компьютерной коммуникации в Интернете. Психологические характеристики интернет-коммуникации. Net-мышление. Интернет и три области медиапсихологии (по П. Винтерхофф-Шпурку). Особенности образа «я» жителей Интернета. Особенности эмоциональной и когнитивной сферы жителей Интернета. Исследования самоотношения и самооценки жителей Интернета. Функции и типология эффектов воздействия Интернета. Развитие личности опосредованное обучающими интернет-технологиями. Особенности самопрезентации личности в интернете. Аддиктивные феномены в виртуальном пространстве (интернет-зависимость, зависимость от интернет-общения, телезависимость).</p>
	Медиаобразование как проблема медиапсихологии				
6.1	Медиаобразование как проблема медиапсихологии /Лек/	6	2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3	<p>Медиаобразование как направление в педагогике и психологии. Связь медиаобразования с другими науками. Цель и задачи медиаобразования (формирование осознанного критического отношения к потребляемой информационной продукции, профилактика медиааддикций, обучение навыкам защиты от манипулятивных стратегий и влияний массмедиа и т.д.).</p> <p>История медиаобразования. Связь медиаобразования с другими науками. Формы медиаобразования (лекция, беседа, письменные работы, сочинения, творческие работы, написание репортажа, статьи, киноvideосъемка, раскадровка, составление коллажей, афиш, эвристические и игровые занятия, встречи с деятелями медиакультуры и т.д.). Варианты проведения медиаобразовательных занятий.</p>

6.2	Медиаобразование как проблема медиапсихологии /Пр/	6	2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3	<p>Зарубежные и отечественные концепции медиаобразования («инъекционная», защитная теория; идеологическая теория; культурологическая теория; семиотическая теория; теория развития критического мышления; практическая теория; эстетическая теория; социокультурная теория и др.). Медиаобразование и проблема информационно-психологической безопасности личности. СМИ и проблема «информационного иммунитета» (Е. Е. Пронина). Понятие «информационного менталитета». Исследование СМИ как медиаобразовательной системы. Направления медиаобразования. Медиаобразовательные проекты как фактор преодоления социокультурных, психологических барьеров в коммуникативной сфере. Разработанность проблем медиаобразования в междисциплинарных исследованиях. Роль медиаобразовательных стратегий и технологий в оптимизации взаимодействия СМИ и молодежной аудитории. Применение медиаобразовательных технологий на практике (анализ имеющихся работ в этой области). Перспективные линии и проблемы современного медиаобразования.</p>
-----	--	---	---	----------------------------	---

6.3	Медиаобразование как проблема медиапсихологии /Ср/	6	4	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3	<p>Медиаобразование как направление в педагогике и психологии. Связь медиаобразования с другими науками. Цель и задачи медиаобразования (формирование осознанного критического отношения к потребляемой информационной продукции, профилактика медиааддикций, обучение навыкам защиты от манипулятивных стратегий и влияний массмедиа и т.д.).</p> <p>История медиаобразования. Связь медиаобразования с другими науками. Формы медиаобразования (лекция, беседа, письменные работы, сочинения, творческие работы, написание репортажа, статьи, киновидеосъемка, раскадровка, составление коллажей, афиш, эвристические и игровые занятия, встречи с деятелями медиакультуры и т.д.). Варианты проведения медиаобразовательных занятий. Зарубежные и отечественные концепции медиаобразования («инъекционная», защитная теория; идеологическая теория; культурологическая теория; семиотическая теория; теория развития критического мышления; практическая теория; эстетическая теория; социокультурная теория и др.). Медиаобразование и проблема информационно-психологической безопасности личности. СМИ и проблема «информационного иммунитета» (Е. Е. Пронина). Понятие «информационного менталитета». Исследование СМИ как медиаобразовательной системы. Направления медиаобразования. Медиаобразовательные проекты как фактор преодоления социокультурных, психологических барьеров в коммуникативной сфере. Разработанность проблем медиаобразования в междисциплинарных исследованиях. Роль медиаобразовательных стратегий и технологий в оптимизации взаимодействия СМИ и молодежной аудитории. Применение медиаобразовательных технологий на практике (анализ имеющихся работ в этой области). Перспективные линии и проблемы современного медиаобразования.</p>
	Медиаиммунитет и медиакомпетентность как условия эффективного поведения и информационной безопасности личности в современном медиамире				

7.1	Медиаиммунитет и медиакомпетентность как условия эффективного поведения и информационной безопасности личности в современном медиамире /Лек/	6	2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3	Компетентность и психологическая культура личности. Медиакомпетентность как результат медиаобразования и свойство личности. Медиакоммуникативная компетентность, медиаграмотность, медиаобразованность, медиазащищенность: соотношение понятий. Структура и критерии медиакомпетентности. Виды грамотности и образованности в отношении к СМИ (по Майровицу). Понятие «медиаиммунитет». Медиакомпетентность как форма и компонент формирования культурно-психологической компетентности личности. Роль культурно-психологической компетентности в процессе осуществления медиакоммуникативного взаимодействия. Анализ программ формирования медиакомпетентности.
7.2	Медиаиммунитет и медиакомпетентность как условия эффективного поведения и информационной безопасности личности в современном медиамире /Пр/	6	4	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3	Компетентность и психологическая культура личности. Медиакомпетентность как результат медиаобразования и свойство личности. Медиакоммуникативная компетентность, медиаграмотность, медиаобразованность, медиазащищенность: соотношение понятий. Структура и критерии медиакомпетентности. Виды грамотности и образованности в отношении к СМИ (по Майровицу). Понятие «медиаиммунитет». Медиакомпетентность как форма и компонент формирования культурно-психологической компетентности личности. Роль культурно-психологической компетентности в процессе осуществления медиакоммуникативного взаимодействия. Анализ программ формирования медиакомпетентности. Разработка рекомендаций по развитию медиаиммунитета личности.
7.3	Медиаиммунитет и медиакомпетентность как условия эффективного поведения и информационной безопасности личности в современном медиамире /Ср/	6	8	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3	Компетентность и психологическая культура личности. Медиакомпетентность как результат медиаобразования и свойство личности. Медиакоммуникативная компетентность, медиаграмотность, медиаобразованность, медиазащищенность: соотношение понятий. Структура и критерии медиакомпетентности. Виды грамотности и образованности в отношении к СМИ (по Майровицу). Понятие «медиаиммунитет». Медиакомпетентность как форма и компонент формирования культурно-психологической компетентности личности. Роль культурно-психологической компетентности в процессе осуществления медиакоммуникативного взаимодействия. Анализ программ формирования медиакомпетентности.

5. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

5.1. Типовые задания для проведения текущего контроля

Вопросы для практических занятий:

Тема 1. Введение в медиапсихологию

1. Сопоставьте понятия: «психология как наука» и «медиа».
2. Проанализируйте развитие медиапсихологии и ее связь с другими науками.
3. Раскройте содержание принципов медиапсихологии.
4. Назовите задачи медиапсихологии.
5. Опишите направления медиапсихологии.
6. Охарактеризуйте подходы к исследованию массмедиа.
7. Проведите анализ научных методов и определите преимущества и недостатки их использования в медиапсихологии.

8. Дайте краткую характеристику различных видов медиа.
9. Проанализируйте и сравните различные теории и модели массовых коммуникаций.
10. Назовите основные каналы массмедиа.
11. Какова роль медиа в социальном конструировании реальности?
12. Опишите механизмы формирования социальных стереотипов и представлений в процессе массовых коммуникаций.

Тема 2. Массмедиа и культура

1. Охарактеризуйте взаимосвязь культуры и массмедиа.
2. В чем проявляются культурные различия в медиаповедении людей.
3. Охарактеризуйте понятия: «культурно-психологическое пространство личности», «переход культурных границ», «культурно-психологические барьеры».
4. Оцените роль исследований медиакультуры для развития медиапсихологии.
5. Перечислите функции медиакультуры?
6. Проанализируйте социально-психологические проблемы медиакультуры.

Тема 3. Психология медиапроизводства в поликультурном мире. Психологические основы функционирования медиа

1. Какие существуют теории взаимодействия средств массовых коммуникаций и аудитории?
2. Перечислите и раскройте содержание психологических методов воздействия массмедиа на аудиторию.
3. В чем, по Вашему мнению, состоит рост значимости массмедиа в массовом сознании аудитории?
4. Почему изучение эффектов влияния массмедиа является важной сферой изучения медиапсихологии?
5. Объясните, почему между массмедиа и аудиторией существует двустороннее взаимовлияние?

Тема 4. Психология продвижения и потребления медиапроектов. Психология восприятия и отношения к медиапроектам

1. Каковы взаимосвязи между социально-психологическими характеристиками личности и типом медиакоммуникативного поведения.
2. Охарактеризуйте эффекты влияния массмедиа на личность.
3. Проанализируйте взаимосвязь ценностей личности с мотивами обращения к массмедиа.
4. Каковы психологические механизмы восприятия медиа?
5. Перечислите предназначения эмпирических исследований аудитории массмедиа.
6. Раскройте смысл «модели маркетингового отклика».
7. Назовите теории влияния СМИ на аудиторию.
8. Опишите 1-2 эмпирических исследований, касающихся изучения восприятия коммуникаторов массмедиа.
9. Раскройте содержание следующих эффектов влияния массмедиа на личность: эффект привыкания, эффект иллюзии знаний, эффект бумеранга.

Тема 5. Психология медиакоммуникативного взаимодействия массмедиа и молодежной аудитории

1. Проанализируйте роль различных видов медиа в жизни молодежи.
2. Как влияют массмедиа на досуговые практики молодежи?
3. Функции кино, реалити-шоу и различных юмористических программ в жизни молодежи.
4. Проведите сравнительный анализ каналов ТНТ и МТУ.
5. В чем состоит смысл содержания «виртуальная реальность»?
6. Проанализируйте эффекты влияния Интернета и телевидения.
7. Что понимается под понятием «Net-мышление».
8. Охарактеризуйте особенности интернет-коммуникаций.
9. Чем характеризуется особенности эмоциональной и когнитивной сферы жителей Интернета.
10. Назовите особенности самопрезентации личности в Интернете.
11. Раскройте причины, факторы риска развития медиааддитивных форм поведения.

Тема 6. Медиаобразование как проблема медиапсихологии

1. В чем состоят задачи медиаобразования как проблемы медиапсихологии.
2. Кратко опишите основные этапы в развитии медиаобразования.
3. Раскройте смысл понятий «информационно-психологическая безопасность личности», «медиаиммунитет», «информационный менталитет».
4. Охарактеризуйте формы проведения медиаобразовательных занятий.
5. Опишите наиболее известные концепции медиаобразования и перечислите направления современного медиаобразования.
6. Приведите 1-2 примера использования медиаобразовательных технологий на практике.

Тема 7. Медиаиммунитет и медиакомпетентность как условия эффективного поведения и информационной безопасности личности в современном медиамире

1. Проанализируйте связь медиакомпетентности и психологической культуры личности.
2. Какие психодиагностические методы используются для оптимизации состава команды?
3. Разграничьте понятия «медиакоммуникативная компетентность», «медиаграмотность», «медиаобразованность», «медиазащищенность».
4. Раскройте смысл понятия «медиаиммунитет».
5. Назовите критерии и показатели медиакомпетентности.
6. Раскройте смысл понятия «культурно-психологическая компетентность» и ее роль в повышении эффективности медиаобразования.
7. Приведите пример 1-2 программ формирования медиакомпетентности.

Типовые тестовые задания:

1. Медиапсихология - это наука, предметом которой являются:
 - а) особенности психического состояния и поведения индивида в группе, массе и коллективе, а также специфика

- совокупной, то есть совместной групповой, коллективной и массовой психической жизнедеятельности людей;
- б) закономерные связи субъекта с природным и социокультурным миром, запечатленные в системе чувственных и умственных образов этого мира, мотивов, побуждающих действовать, а также в самих действиях, переживаниях своего отношения к другим людям и самому себе, в свойствах личности как ядра этой системы;
 - в) объяснение поведения человека, обусловленное влиянием массмедиа на личность;
 - г) человеческое поведение в его выборе между альтернативами под влиянием экономических и психологических факторов.
2. К смежным областям знания медиапсихологии относятся:
 - а) социология;
 - б) педагогическая психология;
 - в) философия;
 - г) экономическая теория;
 - д) психология массовых коммуникаций.
 3. К задачами медиапсихологических исследований относятся:
 - а) маркетинговые исследования аудитории;
 - б) изучение индивидуально-психологических различий людей;
 - в) исследование эффектов массмедиа на личность;
 - г) анализ влияния искусства на качество жизни человека.
 4. Эффект иллюзии знаний Ноэлле-Нойманна проявляется в:
 - а) ошибочности восприятия знаний;
 - б) размышления личности о том соответствует ли информация действительности;
 - в) изменение мнений личности о том или ином событии.
 5. Модель двухступенчатого потока коммуникации Лазерсфельда предусматривает:
 - а) два этапа влияния информации - от СМИ к лидеру общественного мнения и от лидера общественного мнения к «человеку с улицы»;
 - б) два этапа воздействия от личности к личности;
 - в) два этапа влияния - от СМИ к людям.
 6. Медиаобразование это:
 - а) анализ контекста массовой коммуникации с точки зрения соблюдения принципов информационно-психологической безопасности;
 - б) обеспечение коллективного восстановления с помощью медиа;
 - в) направление в науки, направленное на формирование навыков использования массмедиа в интересах потребителей, овладение личностью антиманипулятивными стратегиями.
 7. Культурно-психологическая компетентность это:
 - а) интегральная акмеологическая характеристика личности, влияющая на успешность личности и являющаяся одним из главных психологических условий актуализации потенциальных возможностей личности;
 - б) способность личности ориентироваться в общественной жизни, понимать общественные явления и тенденции развития социума, принимать ценности общества и человечества, строить на их основе свое поведение и отношение к окружающим.
 - в) интегральное социально-психологическое свойство личности, обеспечивающее эффективное взаимодействие личности с различными культурами; условие и результат успешной социализации, культурной идентификации, социальной адаптации и развития личности; выполняет функцию расширения представлений личности о себе и окружающем мире, о тех способах и стратегиях взаимодействия с собой и с окружающим миром, которые вырабатываются и поддерживаются в данном культурном социуме.

Примерная тематика исследовательских проектов:

1. Изучение отношения молодежи к определенным каналам (программам) телевидения и радио.
2. Нормы и ценности в реальном и виртуальном мире: восприятие и различие.
3. Медиасреда как источник социальных влияний: «остаточные эффекты», изменение социальных норм, ценностей и предпочтений.
4. Изучение особенностей медиакоммуникативного поведения студенческой молодежи.
5. Взаимосвязь личностных особенностей и мотивации обращения к медиaprостранству (Интернет-пространству, просмотру ТВ, прослушиванию радио, музыки).
6. Изучение мотивов обращения студенческой молодежи к Интернету в зависимости от личностных особенностей индивидов.
7. Влияние медиакультуры и медиаканала на формирование социального поведения личности.
8. Особенности социального поведения в виртуальной среде (аддикции, агрессия, защиты).
9. Нормы социального поведения в виртуальном пространстве (формирование виртуального контакта и правила общения в виртуальной среде).
10. Факторы и манипулятивные феномены в медиасреде.
11. Изучение социальной перцепции в Интернете.
12. Особенности социальных представлений в виртуальной среде.
13. Социальные представления о шоу-бизнесе: реальные и виртуальные ценности и предпочтения.
14. Исследование социальных представлений молодежи о роли рекламы в современном мире.
15. Манипулятивные эффекты медиакультуры: конформизм и толерантность.
16. Социальные представления о формах и причинах Интернет-аддикции.
17. Особенности и мотивация аддиктивного поведения в Интернет-пространстве.
18. Исследование социальных представлений об Интернет-собеседниках.

19. Социальный статус виртуальных партнеров в интернет-общении.
20. Представление о виртуальном партнере - формирование и особенности психологического портрета виртуального собеседника.
21. Социальные роли в виртуальных пространствах и их выбор.
22. Реальный и виртуальный образ-Я в медиасреде.
23. Психология и мотивы самопрезентации в Интернет-общении.
24. Изучение связи самопрезентации личности в Интернете с реальной идентичностью личности.
25. Исследование социальных представлений о медиакомпетентности.
26. Структура медиакомпетентности: аксиологические, когнитивные и регулятивные компоненты.
27. Функции медиакомпетентности, их реализация в поведении личности и социальные представления о них.
28. Становление медиакомпетентности: параметры, факторы, механизмы.
29. Особенности медиакоммуникативного поведения студенческой молодежи: становление и измерение уровня медиакомпетентности.
30. Связь медиакомпетентности и медиаиммунитета.

5.2. Типовые задания для проведения промежуточной аттестации

Вопросы к зачету:

1. Предмет, задачи и принципы медиапсихологии. Взаимосвязь медиапсихологии с другими науками.
2. Развитие и становление зарубежных и отечественных исследований в области медиакоммуникаций.
3. Современное состояние медиапсихологических исследований.
4. Методы медиапсихологии.
5. История эмпирического изучения массмедиа. Теории и модели массовых коммуникаций.
6. Социально-психологические функции медиа в современном обществе.
7. Массмедиа и культура: эффекты взаимодействия.
8. Медиакультура как социально-психологический феномен. Социальные представления о медиакультуре.
9. Психология медиакультуры в поликультурном мире. Теоретическая и практическая значимость исследования медиакультуры.
10. Перспективные направления изучения медиакультуры в рамках медиапсихологии.
11. Двусторонняя зависимость массмедиа и аудитории. Теории и эффекты влияния СМИ на аудиторию.
12. Психологические основы функционирования медиа. Психологические методы воздействия массмедиа на аудиторию.
13. Продвижение медиапроектов как социально-психологический феномен.
14. Психология восприятия медиапродукции массмедиа и отношения личности к медиапродуктам.
15. Психология потребления медиапродукции.
16. Типология аудитории. Социально-психологические особенности различных групп аудитории: варианты медиаповедения и медиакommunikативного взаимодействия.
17. Психология медиакоммуникативного взаимодействия массмедиа и молодежной аудитории.
18. Влияние телевидения на когнитивное и эмоциональное развитие детей и молодежи. Эффекты телевидения.
19. Психологические особенности интернет-культуры.
20. Функции и типология эффектов воздействия Интернета.
21. Психологическое содержание понятия «виртуальная реальность». Аддитивные феномены в виртуальном пространстве.
22. Современные исследования в области медиапсихологии.
23. Медиаобразование как проблема медиапсихологии. Цели, задачи и направления медиаобразования.
24. Зарубежные и отечественные концепции медиаобразования.
25. Роль медиаобразовательных стратегий и технологий в оптимизации взаимодействия СМИ и молодежной аудитории.
26. Медиаиммунитет личности: структура и функции.
27. Роль компетентности и психологической культуры личности в современном мире информации.
28. Медиакомпетентность: структура, критерии и функции.
29. Медиакомпетентность как форма и компонент формирования культурно-психологической компетентности личности.
30. Применение медиаобразовательных технологий на практике. Программы формирования медиакомпетентности.

5.3. Перечень видов оценочных средств

Вопросы для практических занятий, тестовые задания, исследовательский проект, вопросы к зачету.

5.4. Процедура применения оценочных материалов

Критерии оценивания компетенций формируются на основе балльно-рейтинговой системы с помощью всего комплекса методических материалов, определяющих процедуры оценивания знаний, умений, навыков и опыта деятельности.

Система балльно-рейтинговой оценки:

Текущий контроль:

Вопросы для практических занятий - 20 баллов максимум.

Тестовые задания - 20 баллов максимум.

Исследовательский проект - 40 баллов максимум.

Промежуточная аттестация:

Зачет – 20 баллов макс.

Итого: 100 баллов макс.

Критерии оценивания ответа студента на зачете (максимально 20 баллов)

Процедура оценивания знаний, умений, характеризующих данный этап формирования компетенций, происходит по двухбалльной шкале с отметками «зачтено» или «не зачтено».

Отметка «зачтено» выставляется, если студент глубоко и прочно усвоил программный материал по курсу дисциплины, исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно его излагает, умеет тесно увязывать теорию с практикой, свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения полученных знаний на практике, причем не затрудняется с ответом при видоизменении заданий, использует в ответе материалы рекомендуемой литературы, правильно обосновывает принятое решение, владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических задач.

Отметка «не зачтено» выставляется, если студент не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы. Как правило, отметка «не зачтено» ставится студентам, которые не могут продолжить обучение без дополнительной подготовки по соответствующей дисциплине.

Студент, набравший в период изучения дисциплины 41 балл и более получает отметку «зачтено».

Промежуточная аттестация может проводиться с применением электронного обучения и (или) дистанционных образовательных технологий в соответствии с «Порядком проведения промежуточной аттестации с применением электронного обучения и /или дистанционных образовательных технологий».

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)				
6.1. Рекомендуемая литература				
6.1.1. Основная литература				
	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год (кол-во экземпляров для печатных изданий)	Ссылка на электронное издание
Л1.1	Жильцова О. Н., Синяева И. М., Жильцов Д. А.	Рекламная деятельность: Учебник и практикум для вузов	Москва: Юрайт, 2020	https://urait.ru/bcode/451045
Л1.2	Ерофеева И. В.	Психология медиатекста: Учебник и практикум для вузов	Москва: Юрайт, 2020	https://urait.ru/bcode/448642
6.1.2. Дополнительная литература				
	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год (кол-во экземпляров для печатных изданий)	Ссылка на электронное издание
Л2.1	Федоров А. В.	Медиаобразование и медиаграмотность: учебное пособие	Москва: Директ-Медиа, 2013	http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=210412
Л2.2	Дзялошинский И. М., Пильгун М. А.	Современный медиатекст. Особенности создания и функционирования: Учебник для вузов	Москва: Юрайт, 2020	https://urait.ru/bcode/456679
Л2.3	Кумова, С. В.	Современные технологии цифрового медиадизайна: учебное пособие	Саратов: Саратовский государственный технический университет имени Ю.А. Гагарина, ЭБС АСВ, 2015	http://www.iprbookshop.ru/76512.html
6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"				
Э1	Сайт Internet-Педагогика. Раздел Медиapsихология [Электронный ресурс]. - http://www.inter-pedagogika.ru/shapka.php?sect_type=111&menu_id=322&alt_menu=-1			
Э2	Информационная грамотность и медиаобразование [Электронный ресурс]. - http://www.medigram.ru			
Э3	Журнал «Медиаобразование» [Электронный ресурс]. - http://www.ifap.ru/projects/mediamag.htm			
6.3. Информационные технологии				
6.3.1 Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения				
1.	Операционная система Microsoft Windows XP Professional Russian. Лицензия № 16698685 от 08.08.2003 г.			
2.	Операционная система Microsoft Windows Professional 7 Russian. Лицензия №48497058 от 13.05.2011 г., договор № Пр/16/6 от 05 апреля 2016 г.			
3.	Операционная система Microsoft Windows 10 Professional Russian. Контракт № Пр/ФЕН/15/18 от 23.10.2015 г., договор № Пр/16/6 от 05 апреля 2016 г.			
4.	Программное обеспечение Microsoft Office Enterprise 2007 Russian. Лицензия №46138962 от 16.11.2009			
5.	Программное обеспечение Microsoft Office 2013 Professional. Контракт № 405535 от 2 ноября 2015 года, контракт № Пр/ФЕН/15/18 от 23.10.2015 г.			
6.	Программа для распознавания текста ABBYY FineReader 9.0 Corporate Edition. Лицензионный сертификат - код позиции AF90-3U1V25-102, ABBYY FineReader 9.0 Corporate Edition Volume License Concurrent от 28 июля 2009 г.			

7.	Комплексная система антивирусной защиты Kaspersky Endpoint Security для бизнеса – стандартный Russian Edition. 500-999 Node 2 year Educational Renewal License. Лицензия № 13С8-190514-084943-783-1256 от 15.05.2019
8.	Файловый архиватор 7z. Свободно распространяемое ПО
9.	Браузеры Google Chrome, Mozilla, Opera. Свободно распространяемое ПО
10.	Программа просмотра файлов формата RPD Adobe Acrobat Reader DC. Свободно распространяемое ПО
11.	Система Интернет-телефонии Skype. Свободно распространяемое ПО

6.3.2 Перечень информационных справочных систем и профессиональных баз данных

1.	Информационный портал по психологии «Флогистон» (http://flogiston.ru)
2.	Информационная система по психологии «Психология на русском языке» (http://www.psychology.ru)
3.	Полнотекстовый архив ведущих западных научных журналов на российской платформе Национального электронно-информационного консорциума (НЭИКОН) (http://neicon.ru)
4.	Портал «Информационно-коммуникационные технологии в образовании» (http://www.ict.edu.ru)
5.	Web of Science Core Collection – политематическая реферативно-библиографическая и наукометрическая (библиометрическая) база данных (http://webofscience.com)

7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Ауд.	Назначение	Оборудование и технические средства обучения	Вид
4-302	Учебная аудитория	доска учебная, проектор, стол преподавателя, столы учебные, стул преподавателя, экран	Лек
4-303	Помещение для самостоятельной работы	аудиоколонки, кондиционер, маркерная доска, столы компьютерные, столы учебные, компьютерная техника с возможностью подключения сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета	Ср
4-305	Компьютерный класс	аудиоколонки для проектора и интерактивной доски, аудиоколонки учебные, интерактивная доска, компьютеры, кондиционер, маркерная доска, проектор, столы компьютерные, столы учебные	Пр
4-304	Лекционная с мультимедийным комплексом	доска учебная, проектор, стол преподавателя, столы учебные, стул преподавателя, экран	Лек
4-306	Компьютерный класс	аудиоколонки для проектора и интерактивной доски, интерактивная доска, компьютеры, кондиционер, маркерная доска, проектор, столы компьютерные, столы учебные	КСР
4-307	Компьютерный класс	аудиоколонки, компьютеры, кондиционер, маркерная доска, столы компьютерные, столы учебные, телевизор	Зачёт

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

Изучение дисциплины будет проходить в рамках разных форм организации вашей учебной деятельности. Основными среди них являются: лекции, практические занятия, самостоятельная работа.

Каждая из названных форм обучения имеет свое назначение: в процессе лекций вы будете ознакомлены с основными идеями, понятиями, альтернативными теориями и подходами к анализу педагогических явлений и процессов. Лекции - это не предметный диктант, а информация об актуальных проблемах современной педагогики и школы. Поэтому ваша задача во время лекций размышлять и фиксировать основные идеи, важнейшие характеристики понятий, теорий, наиболее значимые факты и т.п.

Подготовка к практическому занятию предполагает: 1) внимательное ознакомление с планом и методическими указаниями; 2) изучение конспекта лекции по данной теме; 3) самостоятельное изучение литературы к каждому из вопросов плана; 4) выполнение заданий для самостоятельной работы с целью добывания реальных педагогических фактов, иллюстрирующих те или иные положения теории. При чтении литературы и выполнении самостоятельных заданий целесообразно делать краткие выписки, отражающие или основные идеи, или важнейшие факты, что поможет вам при ответах на вопросы выстроить логическую систему аргументов.

Важнейшая цель практических занятий: 1) формировать у вас важнейшие педагогические понятия; 2) научить на их основе осмысливать важнейшие педагогические идеи и теории; 3) научить узнавать их в научной литературе и образовательной практике; 4) научить вас опираться на теории при описании и анализе педагогических фактов и явлений. Таким образом, у вас формируются и закрепляются важнейшие педагогические и общеучебные знания и умения.

Именно на практических занятиях в основном реализуется иерархия целей обучения:

- 1) уровень - знание-узнавание, запоминание и воспроизведение педагогической информации;
- 2) понимание - проявляется в вашем умении описывать, интерпретировать педагогическую ситуацию или совокупность педагогических фактов, обнаруживать их связи, зависимости и т.д.
- 3) применение обнаруживается в умении без подсказки преподавателя проанализировать педагогическую ситуацию, основываясь на профессиональном понятийном аппарате;
- 4) анализ проявляется в умении самостоятельно вычленив педагогическую задачу в предложенной ситуации и описать ее условия;

- 5) синтез рассматривается как ваше умение обобщить информацию, получаемую из разных источников и на этой основе самостоятельно сконструировать программу и процедуру решения выявленной педагогической задачи;
- б) оценка - творческое овладение профессиональными знаниями, показывающая вашу способность оценить ценность и практическую значимость педагогических идей, теорий, концепций для решения перспективных и повседневных учебно-воспитательных задач.

Как пользоваться планом практического занятия:

Готовясь к практическому занятию, работайте в такой последовательности:

а) познакомьтесь с изложением темы в учебнике, лекционных записях, т.е. с теми источниками информации, где тема раскрыта целостно, системно и завершено;

б) теперь, когда у вас сложилось некоторое общее представление о теме, обратитесь к перечню понятий и умений и попытайтесь распределить их по подтемам плана темы; помните: перечень понятий - это совокупность ключевых элементов содержания темы и - соответственно - подтем, и вы должны обязательно включить эти понятия в свое сообщение по подтеме, уделить именно им основное внимание при изложении материала; чтобы убедиться в том, что понятия определены вами правильно, полезно вновь, хотя бы бегло, просмотреть материал в учебнике и лекциях - после второго обращения к этим источникам ваше понимание материала наполовину достигнуто; перечисленные умения тоже следует "разнести" по подтемам, памятуя, что умения делятся на познавательные (умение рассуждать, опираясь на усвоенные понятия) и практические (умение формулировать цели учебно-воспитательной деятельности, анализировать исходное состояние работы, а также результаты ее и отдельные ситуации учебно-воспитательного процесса, планировать его); такое распределение умений поможет вам расширить и уточнить ваши представления о сущности понятий темы и подготовиться к выполнению заданий по теме.

Работа с научной литературой теснейшим образом связана со всеми разделами плана практического занятия, поэтому к ней целесообразно приступить лишь после той предварительной работы, о которой говорилось ранее; важно при этом помнить, что, хотя в рекомендованных для чтения, конспектирования научных трудах рассматриваются те же проблемы, что входят в тему, данные исследовательской работы не учебник, в них может не быть последовательного изложения материала в соответствии с планом темы, может иметься материал, не относящийся к конкретной теме, и студенту, следовательно, приходится осуществлять отбор, находить в тексте книги, статьи то, что непосредственно относится к теме практического занятия.

Основное назначение самостоятельной работы студентов - углубленное самостоятельное ознакомление с альтернативными педагогическими идеями, теориями и концепциями, что позволит аргументированно отстаивать свои профессиональные позиции на практических занятиях.