

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМЕНИ Н.Г. ЧЕРНЫШЕВСКОГО»
Факультет психологии

УТВЕРЖДАЮ
Декан факультета психологии
Л.Н. Аксеновская
" 31 " 05 2023 г.



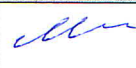


Рабочая программа дисциплины
Медиапсихология

Направление подготовки
37.03.01 Психология

Квалификация (степень) выпускника
Бакалавр

Форма обучения
очная

Саратов,
2023

Статус	ФИО	Подпись	Дата
Преподаватель-разработчик	М.В. Жижина		31.05.23
Председатель НМК	Е.И. Балакирева		31.05.23
Заведующий кафедрой	Л.Н. Аксеновская		31.05.23
Специалист Учебного управления			

1. Цели освоения дисциплины

Цели освоения дисциплины «Медиапсихология»:

- сформировать у студентов научные представления о науке медиапсихологии, ее предметной области, принципах и направлениях исследования;
- создать у студентов целостное представление о системах массмедиа, их роли, функциях, видах в современном медиапространстве;
- раскрыть психологические особенности медиавосприятия, медиапроизводства и медиапотребления;
- ознакомить студентов с психологическим диагностическим инструментарием исследования эффектов массмедиа, а также познакомить с основными принципами построения организации и проведения медиапсихологического исследования;
- сформировать аналитический подход к исследованию личности в контексте современного медиапространства;
- проанализировать задачи медиаобразования в рамках формирования медиакомпетентности и медиаиммунитета.

2. Место дисциплины в структуре ООП

Дисциплина «Медиапсихология» (Б1.О.10) относится к дисциплинам обязательной части (Б1.О.) Блока 1 «Дисциплины (модули)» учебного плана ООП по направлению подготовки 37.03.01 «Психология».

Изучению дисциплины предшествуют дисциплины: «Концептуальные основы общей психологии», «Профессиональная этика», «Психофизиология» и др. Данные курсы позволяют студентам приступить к изучению разделов и тем дисциплины уже со сформированными представлениями об основных социально-психологических категориях, закономерностях, ключевых проблемах и методах.

Дисциплина «Медиапсихология» является предшествующей для изучения таких дисциплин как «Специальная психология», «Тренинг коммуникации и публичных выступлений», «Этническая и кросс-культурная психология», а также способствует формированию знаний, умений и навыков для написания выпускной квалификационной работы.

3. Результаты обучения по дисциплине

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора (индикаторов) достижения компетенции	Результаты обучения
ОПК-1. Способен осуществлять научное исследование в сфере профессиональной деятельности на основе современной методологии	ОПК–1.1. Демонстрирует знание основных принципов и процедур научного исследования, методов критического анализа и оценки научных достижений и исследований в области психологии; основных этапов планирования и реализации научного исследования; технологий и методов эмпирического и экспериментального исследования; современных методов математической статистики. ОПК–	Знать: основные принципы и процедуры научного исследования, методы критического анализа и оценки научных достижений и исследований в области медиапсихологии; Уметь: осуществлять научное исследование в сфере медиапсихологии; Владеть: современными

	1.2. Разрабатывает методологически обоснованную	методами математической статистики.
	<p>программу научного исследования; демонстрирует способность организовывать исследование; применять методы математической статистики для обработки результатов исследования; осуществлять подготовку обзоров, аннотаций, отчетов, аналитических записок, профессиональных публикаций, информационных материалов по результатам исследований; представлять результаты, выступать с сообщениями и докладами по тематике проведенных исследований.</p> <p>ОПК–1.3. Понимает значение этических ограничений проведения исследований в контексте профессиональной деятельности; осуществляет обоснованный выбор методов и релевантных методик для проведения научных исследований;</p>	<p>Знать: основные принципы построения организации и проведения медиапсихологического исследования.</p> <p>Уметь: применять психологические знания в практике организации медиапсихологических исследований.</p> <p>Владеть: навыками представления результатов научных исследований в области медиапсихологии перед общественностью.</p> <p>Знать: основы профессиональной этики психолога.</p> <p>Уметь: проводить исследования в области медиапсихологии с учетом основ профессиональной этики.</p> <p>Владеть: навыками выбора методов и релевантных методик для проведения научных исследований в области медиапсихологии.</p>
ОПК-5. Способен выполнять организационную и техническую работу в реализации конкретных мероприятий профилактического, развивающего, коррекционного или реабилитационного характера.	<p>ОПК 5 5.1. Понимает специфику организационной и технической работы в реализации конкретных мероприятий профилактического, развивающего, коррекционного или реабилитационного характера.</p> <p>ОПК 5 5.2. Критически оценивает целесообразность реализации конкретных мероприятий профилактического, развивающего, коррекционного или реабилитационного характера.</p> <p>ОПК 5 5.3. Демонстрирует готовность применить на базовом уровне научно-обоснованные технологии профилактического, развивающего, коррекционного или реабилитационного характера.</p>	<p>Знать: специфику организации психологической работы в медиaprостранстве.</p> <p>Уметь: организовывать психологическую работу в медиaprостранстве с технической стороны.</p> <p>Владеть: навыками организации психологической работы в медиaprостранстве.</p> <p>Знать: особенности конкретных мероприятий профилактического, развивающего, коррекционного или реабилитационного характера в медиaprостранстве.</p> <p>Уметь: критически оценивать целесообразность реализации конкретных мероприятий</p>

		профилактического, развивающего, коррекционного или реабилитационного характера в медиапространстве. Владеть: навыками оценки целесообразности реализации
--	--	---

		конкретных мероприятий профилактического, развивающего, коррекционного или реабилитационного характера в медиапространстве. Знать: современные технологии профилактического, развивающего, коррекционного или реабилитационного характера в медиапространстве. Уметь: применять технологии профилактического, развивающего, коррекционного или реабилитационного характера в медиапространстве. Владеть: навыками применения технологий профилактического, развивающего, коррекционного или реабилитационного характера в медиапространстве.
ПК-5 Способен провести психодиагностическое обследование клиентов с соблюдением принципов профессиональной этики, анализировать и обобщать его результаты, критически оценивать примененный комплекс психологических методик с целью выявления психологических проблем разных	ПК5. 5.1. Знает методологические и этические принципы, методы и методики психодиагностики для решения задач профессиональной деятельности.	Знать: методологические и этические принципы медиапсихологии, методы и методики психодиагностики в медиапространстве. Уметь: применять методологические и этические принципы медиапсихологии, методы и методики психодиагностики в медиапространстве. Владеть: навыками применения методологических и этических принципов медиапсихологии, методов и методик психодиагностик в

социальных групп клиентов, психологопедагогическое сопровождения образовательного процесса, услуги по подбору персонала, оценки и развития персонала.		медиапространстве.
	ПК5. 5.2. Умеет применять психологический диагностический инструментарий для выявления психологических проблем разных социальных групп клиентов и других задач профессиональной деятельности	<p>Знать: психологический диагностический инструментарий для выявления психологических проблем разных социальных групп клиентов и других задач медиапсихологии.</p> <p>Уметь: применять психологический диагностический инструментарий для выявления психологических проблем разных социальных групп клиентов и других задач</p>

		медиапсихологии. Владеть: навыками применения психологического диагностического инструментария для выявления психологических проблем разных социальных групп клиентов и других задач медиапсихологии.
	ПК5. 5.3. Владеет навыками проведения и обобщения результатов психодиагностического обследования	<p>Знать: особенности проведения психодиагностического обследования в медиапространстве.</p> <p>Уметь: обобщать результаты проведенного психодиагностического обследования в медиапространстве.</p> <p>Владеть: навыками проведения и обобщения результатов психодиагностического обследования в медиапространстве.</p>

<p>ПК-6 Способен спланировать, реализовать, критически оценить комплекс профилактических мероприятий с целью профилактики негативных социальных проявлений в поведении социальных групп и отдельных лиц в рамках психологопедагогического сопровождения образовательного процесса, психологического сопровождения управленческого процесса, деятельности по оценке и развитию персонала.</p>	<p>ПК-6 6.1. Знает технологии профилактики негативных социальных проявлений в поведении социальных групп и отдельных лиц, в рамках психолого-педагогического сопровождения образовательного процесса в образовательных организациях, сопровождения основных и дополнительных образовательных программ, деятельности по оценке и развитию персонала</p>	<p>Знать: технологии профилактики негативных социальных проявлений в поведении социальных групп и отдельных лиц в медиапространстве. Уметь: применять технологии профилактики негативных социальных проявлений в поведении социальных групп и отдельных лиц в медиапространстве. Владеть: навыками применения технологий профилактики негативных социальных проявлений в поведении социальных групп и отдельных лиц.</p>
	<p>ПК-6 6.2. Умеет разрабатывать и критически оценивать программы психологической профилактики исходя из целей и задач профессиональной деятельности.</p>	<p>Знать: программы психологической профилактики в медиапространстве. Уметь: разрабатывать и критически оценивать программы психологической профилактики в медиапространстве. Владеть: навыками оценки</p>
	<p>ПК-6 6.3. Владеет навыками реализации программ психологической профилактики с целью профилактики негативных социальных проявлений в поведении социальных групп и отдельных лиц, а также просветительско-профилактической работы в рамках психологопедагогического сопровождения образовательного процесса в образовательных организациях, сопровождения основных и дополнительных образовательных программ, деятельности по</p>	<p>программы психологической профилактики в медиапространстве. Знать: программы психологической профилактики с целью предупреждения негативных социальных проявлений в поведении социальных групп и отдельных лиц, а также просветительско-профилактической работы в медиапространстве. Уметь: применять программы психологической профилактики с целью предупреждения негативных социальных проявлений в поведении социальных групп и отдельных лиц, а также в плане просветительско-профилактической работы в медиапространстве. Владеть: навыками реализации</p>

	оценке и развитию персонала	программ психологической профилактики с целью предупреждения негативных социальных проявлений в поведении социальных групп и отдельных лиц, а также в плане просветительско-профилактической работы в медиапространстве.
--	-----------------------------	--

4. Структура и содержание дисциплины «Медиапсихология»

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы, 72 часа

№ п/п	Раздел дисциплины	Се м е ст р	Не де ля се ме ст ра	Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра) Формы промежуточной аттестации (по семестрам)				Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра) Формы промежуточной аттестации (по семестрам)
				лек- ции	прак		КСР	
					Общ ая труд оемк ость	Из них – прак тическая подго товка		
1	Предметное поле и методы медиапсихологии	6	1-2	1	1	-	3	контроль самостоятельной подготовки и участия в

									практических занятиях
2	История становления и развития исследования массмедиа. Массмедиа как психологический феномен	6	1-2	1	1	-	3	контроль самостоятельной подготовки и участия в практических занятиях	
3	Массмедиа и культура. Психологическое исследование медиакультуры	6	3-4	1	1	-	3	контроль самостоятельной подготовки и участия в практических занятиях	
4	Психология медиапроизводства в поликультурном мире.	6	3-4	1	1	-	3	контроль самостоятель	

	Психологические основы функционирования медиа							ной подготовки и участия в практических занятиях
5	Психология продвижения и потребления медиапроектов. Психология восприятия и отношения к медиапроектам	6	5-6	2	1	-	3	контроль самостоятельной подготовки и участия в практических занятиях
6	Психология медиакоммуникативного взаимодействия массмедиа и молодежной аудитории. Анализ современных медиаэффектов	6	5-6	2	1	-	3	контроль самостоятельной подготовки и участия в практических занятиях
7	Медиаобразование как проблема медиапсихологии	6	7-8	2	2	-	3	контроль самостоятельной подготовки и участия в практических занятиях
8	Информационнопсихологические войны и манипулятивные возможности массмедиа	6	9-10	2	2	-	3	контроль самостоятельной подготовки и участия в практических занятиях
9	Имидж личности в контексте социальных коммуникаций медиасреды	6	11-12	2	2	-	3	контроль самостоятельной подготовки и участия в практических занятиях
10	Новые медиа как имиджевоинформационный инструмент и площадка манипулирования сознанием	6	13-14	2	2	-	3	контроль самостоятельной подготовки и участия в практических занятиях
11	Организация	6	15-	2	2	-	3	контроль

	медиапсихологического исследования: технология подготовки исследовательского проекта		16					самостоятельной подготовки и участия в практических занятиях
12	Защита исследовательского проекта	6	17		2	-	3	Проверка исследоват. проекта
	Всего за 6 семестр	6		18	18	-	36	
	Промежуточная аттестация	6						зачет
	Всего 72 часа			18	18	-	36	

Содержание дисциплины «Медиапсихология»

1. Предметное поле и методы медиапсихологии.

Взаимосвязь медиапсихологии с другими науками (социальная психология, социология, педагогика, медиаобразование, журналистика, культурология, кросскультурная 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. Методы медиапсихологии. 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. Дискурс-анализ. Метод фокус-групп. Мета-анализ.

2. История становления и развития исследований массмедиа. Массмедиа как психологический феномен (лекция - пресс-конференция).

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.

3. Массмедиа и культура. Психологическое исследование медиакультуры: проблемы и перспективы.

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. Медикультура 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.

4. Психология медиапроизводства в поликультурном мире. Психологические основы функционирования медиа.

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, 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. Массмедиа как инструмент манипуляции и средство медиатерапии. Психологическая типология медиатекстов (информационнофактографические, 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 «on-line» периодических изданий и т.п.). Модели медиаинститутов и их роль в социализации личности.

5. Психология продвижения и потребления медиапроектов, восприятие и отношение к медиапроектам.

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). 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.

6. Психология медиакоммуникативного взаимодействия массмедиа и молодежной аудитории. Анализ современных исследований в области медиаэффектов.

Изучение влияния телевидения и Интернета на детскую и молодежную аудиторию как приоритетное направление медиапсихологии. Влияние массмедиа на когнитивное и эмоциональное развитие молодежи. Влияние массмедиа на досуговые практики молодежи. Влияние телевидения на поведение детей. Реалити-шоу, ток-шоу, эпатажные юмористические программы для молодежи (миссия, функции). Кино: воздействия и роль в жизни молодежи. 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 самооотношения и самооценки жителей Интернета. Функции и типология эффектов воздействия Интернета. Развитие личности опосредованное, обучающими интернет-технологиями. Особенности самопрезентации личности в интернет-сети. Аддиктивные феномены в виртуальном пространстве (интернетзависимость, зависимость от интернет-общения, телезависимость).

7. Медиаобразование как проблема медиапсихологии.

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.). 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. 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 информационнопсихологической 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. **8. Информационно-психологические войны и манипулятивные возможности массмедиа**

Информационно-психологическая война. Психологическая война. Особенности функционирования социальных интернет-сетей. Информационно-психологические воздействия, реализуемое посредством массмедиа. Информационная безопасность. Деструктивные манипуляции сознанием человека. Угроза информационно-психологической безопасности личности. Информационно-психологические средства и методы воздействия на личность с целью ее манипулирования. Психотехнологии, манипулирующие общественным сознанием.

9. Имидж личности в контексте социальных коммуникаций медиасреды

Имидж в массмедиа Имидж в системе массмедиа. Медийный и виртуальный имидж. Медиапрезентация компании как условие и ресурс развития

10. Новые медиа как имиджево-информационный инструмент и площадка манипулирования сознанием

Составляющие медиаимиджа. Каналы трансляции имиджа. Медиаинструментарий продвижения имиджа. Роль массмедиа в формировании имиджа. Имидж манипуляции в новых медиа. Манипулятивные техники и технологии, наиболее часто используемые в пространстве новых медиа. Признаки манипуляции.

11. Организация медиапсихологического исследования: технология подготовки исследовательского проекта

Особенности подготовки исследовательского проекта. Технология подготовки исследовательского проекта

5. Образовательные технологии

В учебном процессе при реализации компетентностного подхода используются лекционные и практические занятия, в том числе в форме активных и интерактивных форм проведения занятий. Эти формы сочетаются с самостоятельной работой студента в целях закрепления и развития полученных знаний.

Удельный вес занятий, проводимых в интерактивных формах, определяется главной целью (миссией) программы, особенностью контингента обучающихся и содержанием конкретных дисциплин, и в целом в учебном процессе они должны составлять не менее 50% аудиторных занятий. Занятия лекционного типа для соответствующих групп студентов не могут составлять более 50% аудиторных занятий.

Содержание учебной дисциплины формируется с учетом выделенных на изучение дисциплины часов. Учебная работа формируется из лекционных занятий, работы на практических занятиях, работы в малых группах, обсуждения прикладных проблем психологии, выполнение специальных заданий в виде тестов, анализа проблемных ситуаций. Сочетание различных видов учебной работы направлено на максимальное освоение учебного материала. Успешное освоение материала курса предполагает самостоятельную работу студента и руководство этой работой со стороны преподавателей.

Формы контроля: выполнение контрольных заданий и тестов, анализ характерных и особых психологических ситуаций, реферирование статей периодической печати и их анализ, обсуждение актуальных проблем на творческих группах, Итоговый контроль – зачет.

При обучении лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов используются подходы, способствующие созданию безбарьерной образовательной среды: технологии дифференциации и индивидуализации обучения, увеличивается время на самостоятельное освоение материала.

Для студентов с ограниченными возможностями здоровья предусмотрены следующие формы организации педагогического процесса и контроля знаний:

- для *слабовидящих*: обеспечивается индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс; для выполнения контрольных заданий при необходимости предоставляется

увеличивающее устройство; задания для выполнения, а также инструкция о порядке выполнения контрольных

заданий оформляются увеличенным шрифтом (размер 16-20); -

для *глухих и слабослышащих*:

обеспечивается наличие звукоусиливающей аппаратуры коллективного пользования, при необходимости студенту предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования;

- для *лиц с тяжелыми нарушениями речи, глухих, слабослышащих* все контрольные задания по желанию студентов могут проводиться в письменной форме.

Основной формой организации педагогического процесса является интегрированное обучение инвалидов, т.е. все студенты обучаются в смешанных группах, имеют возможность постоянно общаться со сверстниками, легче адаптируются в социуме.

6. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины

Рабочей программой дисциплины предусмотрена самостоятельная работа студентов в объеме 36 часов.

При изучении дисциплины следует особое внимание обращать на термины и определения. Они зачастую специфичны, несут в себе сложную смысловую нагрузку, от правильного их уяснения и использования зависит грамотное, квалифицированное применение на практике психологических методов, инструментов, технологий.

Данный учебный курс предполагает достаточный объем самостоятельной работы студентов. Желательно аудиторные занятия посещать после самостоятельного ознакомления с основными и дополнительными источниками согласно рекомендуемому списку, в результате чего на лекционных и практических занятиях будет возможно уделять больше внимания уяснению особенностей, так называемых «тонкостей» рассматриваемых вопросов, обсуждению и анализу проблем, возникающих в области практической деятельности, что несомненно, будет способствовать повышению качества подготовки студентов.

В широком смысле под самостоятельной работой студента следует понимать совокупность всей самостоятельной деятельности обучаемых как в отсутствие преподавателя, так и в контакте с ним, в учебной аудитории, и за ее пределами (в том числе и в ходе учебных занятий). Сюда же и входит работа с первоисточниками: конспектирование, устные выступления с анализом первоисточника. Для успешной работы на практических занятиях студент должен прочесть указанную преподавателем литературу и активно участвовать в дискуссии, уметь изложить основные идеи прочитанных источников и дать им аргументированную оценку. Именно устные выступления на семинарах являются главным критерием высокой итоговой оценки.

Самостоятельная работа проводится с целью углубления знаний студентов по данной дисциплине и предусматривает изучение дополнительной литературы и выполнение заданий, представленных в фонде оценочных средств, а также подготовку к промежуточной аттестации по представленным вопросам. Фонд оценочных средств дисциплины включает в себя темы рефератов, тестовые задания, задачи, вопросы к промежуточной аттестации.

Можно использовать следующие виды контроля самостоятельной аудиторной работы:

- контроль усвоения материала на лекциях, путем проведения блиц-опросов;
- дискуссия «Эффекты воздействия медиа на личность»;
- круглый стол: «Медиапсихология- актуальные проблемы и перспективные направления исследования».

6.1. Виды самостоятельной работы

Раздел / Тема дисциплины	Вид самостоятельной работы	Литература
Темы 1-12	<p>проработка конспектов лекций и вопросов, вынесенных на самостоятельное изучение с помощью основной и дополнительной литературы</p> <p>подготовка рефератов по определенной проблеме, теме, решение творческих заданий. Создание и защита исследовательских проектов</p>	<p>Бузин, В. Н. Медиапланирование. Теория и практика : Учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Реклама», «Маркетинг», «Психология», «Социология», «Журналистика» / В. Н. Бузин, Т. С. Бузина. - Медиапланирование. Теория и практика, 2022-03-26. - Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 492 с. - ISBN 978-5-238-01769-3</p> <p>Жижина, М.В. Теоретические и практические вопросы медиапсихологии [Текст] / М. В. Жижина ; Саратов. нац. исслед. гос. ун-т им. Н. Г. Чернышевского. - Саратов : Издательство Саратовского университета, 2018.</p> <p>Жилавская, И. В. Медиаобразование молодежи : монография / И.В. Жилавская. - Москва : Московский педагогический государственный университет, 2018. - 214 с. - ISBN 978-5-4263-0611-0</p> <p>Человек как субъект и объект медиапсихологии / А. Г. Асмолов [и др.]. - Человек как субъект и объект медиапсихологии, 2020-09-18. - Москва : Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, 2011. - 824 с. - ISBN 978-5-211-06224-5</p>
Итого часов на самостоятельную работу: 36		

6.2. Вопросы для углубленного самостоятельного изучения

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 медиакommunikативного 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 культурнопсихологической компетентности личности.
 30. Применение медиаобразовательных технологий на практике. Программы формирования медиакомпетентности.

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.
31. Механизмы и содержание медиаобразования (сравнительный анализ отечественных и зарубежных культурных практик).
32. Социальные представления об особенностях виртуальных субкультур в социуме, разных социальных группах и у индивидов.
33. Восприятие медиапроектов: аксиологический анализ различных аудиторий.
34. «Психологический портрет» медиаканала в различных слушательских аудиториях.
35. Исследование медиапредпочтений молодежной аудитории.

36. Медиапредпочтения старших школьников и студентов: гендерные и возрастные особенности.
37. Исследование социальных представлений молодежи о роли рекламы в современном мире.
38. Изучение влияния современных программ и передач на формирование социального поведения личности.
39. Социализация, идентификация и индивидуация в виртуальных средах.
40. Виртуальные кумиры и герои – психология имиджа виртуальных персонажей.
41. Сравнительный анализ реальных и виртуальных факторов в регуляции социального поведения.
42. Социальная идентификация и фанаты в виртуальных средах: виды и формирование культурных практик молодежи.
43. Механизмы социальных влияний и их проявление в виртуальном мире.
44. Исследование влияния массмедиа на культурно-досуговые практики молодежи.
45. Лиминальные переходы в поликультурной виртуальной среде.
46. Отношение к участникам медиапроектов: сравнение реальной и виртуальной социальной перцепции.
47. Изучение психологического портрета потребителя медиасреды в определенной субкультурной группе.
48. Психологические механизмы продвижения медиапроектов: взгляд со стороны потребителя.
49. Психологические механизмы продвижения медиапроектов: взгляд со стороны продюсера.
50. Потребительское поведение в медиасреде: лояльность и приверженность аудитории к медиапроектам.

ТВОРЧЕСКИЕ ЗАДАНИЯ Творческое задание 1

Приведите аргументы подтверждающие правоту высказывания А. Бриггза и П. Кобли, что «современные медиа – это множественное число от слова «медиа»; за понятием «медиа» (которому мы часто приписываем значение единственного числа) на самом деле стоит чрезвычайно сложная и разнообразная совокупность структур и видов деятельности, каждая со своим собственным способом коммуникации, своей экономикой, своими границами и своей аудиторией».

Творческое задание 2

Аргументируйте тот факт, что проблемы медиакультуры и медиакомпетентности находятся в центре внимания общественности, науки и культуры.

Творческое задание 3

Прокомментируйте высказывание: социально – психологическое воздействие Интернета на современное общество и личность пользователя является более глубоким и системным, чем воздействие любой другой технической системы.

Творческое задание 4

Согласны ли Вы с мнением исследователя Е. Савицкой, что «реальная культурная политика СМИ в отношении детей лежит сегодня в совершенно иной плоскости: как можно раньше включить ребенка в социальные процессы как полноправного потребителя.

В этом смысле транскультурное тиражирование глобальных брендов, нацеленное на детскую аудиторию, выполняет функцию «предпотребительского тренинга», адаптирует подрастающее поколение к потребностям взрослого глобального рынка».

Аргументируйте свою точку зрения.

Творческое задание 5

Перечислите категории развлекательных программ. Приведите примеры молодежных развлекательных программ, объясните причины их популярности или непопулярности.

Творческое задание 6

Приведите примеры просветительских, развивающих программ, предназначенных на молодежную аудиторию. Укажите причины их популярности / непопулярности среди молодежной аудитории.

Творческое задание 7

Приведите 1-2 примера использования медиаобразовательных технологий на практике.

6.3. Порядок выполнения самостоятельной работы

Самостоятельная подготовка к занятиям осуществляется регулярно по каждой теме дисциплины и определяется календарным графиком изучения дисциплины. Для успешной работы на практическом занятии студент должен прочесть указанную преподавателем литературу, проанализировать теоретический материал, активно участвовать в дискуссии, уметь изложить основные идеи прочитанных источников и дать им аргументированную оценку. Именно устные выступления слушателей на семинарах являются главным критерием высокой итоговой оценки.

7. Данные для учета успеваемости студентов в БАРС

Таблица максимальных баллов по видам учебной деятельности.

	1	2	3	4	5	6	7	8
Семестр	Лекции	Лабораторные занятия	Практические занятия	Самостоятельная работа	Автоматизированное тестирование	Другие виды учебной деятельности	Промежуточная аттестация	Итого
6	10	-	40	20	-	-	30	100
Итого	10	-	40	20	-	-	30	100

Программа оценивания учебной деятельности студента 6 семестр Лекции

Оценивается посещаемость, активность – от 0 до 10 баллов.

Лабораторные занятия не предусмотрено Практические занятия

Оценивается активность, полнота ответов, их правильность, уровень подготовки – от 0 до 40 баллов

Самостоятельная работа

Выполнение заданий для самостоятельной в соответствии методическими указаниями для выполнения. Оценивается правильность оформления, раскрытие вопроса, обоснованность – от 0 до 20 баллов

Автоматизированное тестирование

не предусмотрено

Другие виды учебной деятельности Не предусмотрены

Промежуточная аттестация экзамен 15-30

баллов – ответ на «зачтено».

0-14 баллов –ответ на «не зачтено».

Ответ студента имеет существенные пробелы в знании основного материала по программе, в ответе допущены принципиальные ошибки при изложении материала.

Пересчет полученной студентом суммы баллов в 6 семестре по дисциплине «Медиапсихология» в зачет

60 - 100	«зачтено»
0 - 59	«не зачтено»

Таким образом, максимально возможная сумма баллов за все виды учебной деятельности студента за 6 семестр по дисциплине «Медиапсихология» составляет 100 баллов.

8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)

а) литература

Бузин, В. Н. Медиапланирование. Теория и практика : Учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Реклама», «Маркетинг», «Психология», «Социология», «Журналистика» / В. Н. Бузин, Т. С. Бузина. - Медиапланирование. Теория и практика, 2022-03-26. - Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 492 с. - ISBN 978-5-238-01769-3 ЭБС IPRbooks

Жижина, М.В. Теоретические и практические вопросы медиапсихологии [Текст] / М. В. Жижина ; Сарат. нац. исслед. гос. ун-т им. Н. Г. Чернышевского. - Саратов : Издательство Саратовского университета, 2018.

Жилавская, И. В. Медиаобразование молодежи : монография / И.В. Жилавская. - Москва : Московский педагогический государственный университет, 2018. - 214 с. - ISBN 978-54263-0611-0 ЭБС ИНФРА-М

Человек как субъект и объект медиапсихологии / А. Г. Асмолов [и др.]. - Человек как субъект и объект медиапсихологии, 2020-09-18. - Москва : Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, 2011. - 824 с. - ISBN 978-5-211-06224-5 ЭБС IPRbooks

б) программное обеспечение и Интернет-ресурсы

Microsoft Windows 7, 8 Pro

Microsoft Office 7, 10, 13 Plus

WinRar

Adobe Acrobat Reader X

Google Chrome

Aby Fine Reader

9. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Материально-техническое обеспечение включает в себя: наличие компьютерного класса общего пользования с подключением к Интернет; учебные классы, оснащенные современной аудио- и видеотехникой; компьютерные мультимедийные проекторы во всех аудиториях, где проводятся лекционные занятия и другая техника для презентаций учебного материала; современные лицензионные компьютерные статистические системы для анализа данных и обработки результатов эмпирических исследований (SPSS, Stadia,

Statistika и др.).

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 37.03.01 Психология (квалификация (степень) бакалавр).

Автор: к.пед.н., доцент кафедры социальной психологии М.В. Жижина

Программа одобрена на заседании кафедры социальной психологии 31.05.2023 года, протокол № 10