



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Магнитогорский государственный технический университет им. Г.И. Носова»



**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

***ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ МЕДИАКОММУНИКАЦИЙ***

Направление подготовки (специальность)  
45.03.01 Филология

Направленность (профиль/специализация) программы  
Медиа и культурные коммуникации

Уровень высшего образования - бакалавриат

Форма обучения  
очная

Институт/ факультет	Институт гуманитарного образования
Кафедра	Психологии
Курс	1
Семестр	2

Магнитогорск  
2024 год

Рабочая программа составлена на основе ФГОС ВО - бакалавриат по направлению подготовки 45.03.01 Филология (приказ Минобрнауки России от 12.08.2020 г. № 986)

Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры Психологии  
15.02.2024, протокол № 6

Зав. кафедрой  О.П. Степанова

Рабочая программа одобрена методической комиссией ИГО  
20.02.2024 г. протокол № 7

Председатель  Л.Н. Санникова

Согласовано:


Зав. кафедрой Языкознания и литературоведения

 С.В. Рудакова

Рабочая программа составлена:

доцент кафедры Психологии, канд. психол. наук  Е.Р. Тумбасова

Рецензент:

доцент кафедры СРиППО, канд. пед. наук  Г.В. Слепухина

## Лист актуализации рабочей программы

---

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для реализации в 2025 - 2026 учебном году на заседании кафедры Психологии

Протокол от \_\_\_\_\_ 20\_\_ г. № \_\_\_\_  
Зав. кафедрой \_\_\_\_\_ О.П. Степанова

---

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для реализации в 2026 - 2027 учебном году на заседании кафедры Психологии

Протокол от \_\_\_\_\_ 20\_\_ г. № \_\_\_\_  
Зав. кафедрой \_\_\_\_\_ О.П. Степанова

---

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для реализации в 2027 - 2028 учебном году на заседании кафедры Психологии

Протокол от \_\_\_\_\_ 20\_\_ г. № \_\_\_\_  
Зав. кафедрой \_\_\_\_\_ О.П. Степанова

---

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для реализации в 2028 - 2029 учебном году на заседании кафедры Психологии

Протокол от \_\_\_\_\_ 20\_\_ г. № \_\_\_\_  
Зав. кафедрой \_\_\_\_\_ О.П. Степанова

### **1 Цели освоения дисциплины (модуля)**

изучить психологическими аспекты медиакоммуникаций; сформировать способность осуществлять работу над содержанием и качеством медиапубликаций, готовить к публикации собственные материалы, отбирать и редактировать авторские материалы; подготовить обучающего к полноценной социальной и профессиональной деятельности; сформировать способность выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития.

### **2 Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы**

Дисциплина Психологические аспекты медиакоммуникаций входит в часть учебного плана формируемую участниками образовательных отношений образовательной программы.

Для изучения дисциплины необходимы знания (умения, владения), сформированные в результате изучения дисциплин/ практик:

Элективные курсы по физической культуре и спорту

Учебная - ознакомительная практика

Личностно-профессиональное саморазвитие

Адаптивные курсы по физической культуре и спорту

Знания (умения, владения), полученные при изучении данной дисциплины будут необходимы для изучения дисциплин/ практик:

Медиарефлексии

Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена

Производственная - коммуникационно-информационная практика

Физическая культура и спорт

Элективные курсы по физической культуре и спорту

Учебная - ознакомительная практика

Литературное мастерство

Филологический анализ текста

Филологическая культура нормативных текстов

Производственная – преддипломная практика

Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы

Сторителлинг

Производственная -редакторская практика

Методология научного исследования

Личностно-профессиональное саморазвитие

Производственная - педагогическая практика

### **3 Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля) и планируемые результаты обучения**

В результате освоения дисциплины (модуля) «Психологические аспекты медиакоммуникаций» обучающийся должен обладать следующими компетенциями:

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции
УК-6	Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни
УК-6.1	Использует инструменты и методы управления временем при выполнении конкретных задач, проектов, при достижении поставленных целей
УК-6.2	Определяет приоритеты собственной деятельности, личностного развития и профессионального роста
УК-6.3	Оценивает требования рынка труда и предложения образовательных

	услуг для выстраивания траектории собственного профессионального роста
УК-7 Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности	
УК-7.1	Выбирает здоровьесберегающие технологии для поддержания здорового образа жизни с учетом физиологических особенностей организма и условий реализации профессиональной деятельности
УК-7.2	Планирует свое рабочее и свободное время для оптимального сочетания физической и умственной нагрузки и обеспечения работоспособности
УК-7.3	Соблюдает и пропагандирует нормы здорового образа жизни в различных жизненных ситуациях и в профессиональной деятельности
ПК-4 Способен осуществлять работу над содержанием и качеством медиапубликаций, готовить к публикации собственные материалы, отбирать и редактировать авторские материалы	
ПК-4.1	Выбирает и оценивает информационные поводы
ПК-4.2	Пользуется авторитетными словарями и справочниками в избранной сфере профессиональной деятельности
ПК-4.3	Создает, комментирует, редактирует, реферирует тексты различной направленности

#### 4. Структура, объём и содержание дисциплины (модуля)

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единиц 108 акад. часов, в том числе:

- контактная работа – 34,95 акад. часов;
- аудиторная – 34 акад. часов;
- внеаудиторная – 0,95 акад. часов;
- самостоятельная работа – 73,05 акад. часов;
- в форме практической подготовки – 0 акад. час;

Форма аттестации - зачет

Раздел/ тема дисциплины	Семестр	Аудиторная контактная работа (в акад. часах)			Самостоятельная работа студента	Вид самостоятельной работы	Форма текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации	Код компетенции
		Лек.	лаб. зан.	практ. зан.				
1. Раздел 1. Психологические исследования массмедиа								
1.1 Введение в психологию массовой коммуникации	2	4		4	5	конспект	устное сообщение	УК-6.1, УК-6.2, УК-6.3, УК-7.1, УК-7.2, УК-7.3, ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3
1.2 Психология журналистики и смежные науки		2		2	2	чтение основной и дополнительной литературы	устное сообщение	УК-6.1, УК-6.2, УК-6.3, УК-7.1, УК-7.2, УК-7.3, ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3
1.3 Психологические исследования в журналистике		2		2	2	чтение основной литературы	ответы на вопросы	УК-6.1, УК-6.2, УК-6.3, УК-7.1, УК-7.2, УК-7.3, ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3
Итого по разделу		8		8	9			
2. Раздел 2. Человек как создатель и потребитель продукции СМИ								

2.1	Характеристики творческих способностей журналиста	2	1		1	5	чтение рекомендованной литературы по данной теме	письменный ответ	УК-6.1, УК-6.2, УК-6.3, УК-7.1, УК-7.2, УК-7.3, ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3
2.2	Журналистское произведение: от замысла – к реализации		1		1	4	чтение основной и дополнительной литературы	письменный ответ	УК-6.1, УК-6.2, УК-6.3, УК-7.1, УК-7.2, УК-7.3, ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3
2.3	Ценностная база журналиста и его профессиональной деятельности		1		1	4	чтение литературы	письменный ответ	УК-6.1, УК-6.2, УК-6.3, УК-7.1, УК-7.2, УК-7.3, ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3
2.4	Типология аудитории СМИ		1		1	4	чтение дополнительной литературы	письменный ответ на вопросы	УК-6.1, УК-6.2, УК-6.3, УК-7.1, УК-7.2, УК-7.3, ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3
2.5	Эффективность информационной деятельности: психологический аспект		1		1	4	чтение основной литературы	письменный ответ	УК-6.1, УК-6.2, УК-6.3, УК-7.1, УК-7.2, УК-7.3, ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3
Итого по разделу			5		5	21			
3.	Раздел 3. Социально-технологический подход как фактор развития диалоговых отношений в журналистике								
3.1	Мобильные возможности СМИ	2	2		2	5	чтение дополнительной литературы	письменный ответ на вопросы	УК-6.1, УК-6.2, УК-6.3, УК-7.1, УК-7.2, УК-7.3, ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3

3.2 Социально-психологическое моделирование деятельности коммуникаторов		1		1	15	чтение дополнительной литературы	письменный ответ на вопросы	УК-6.1, УК-6.2, УК-6.3, УК-7.1, УК-7.2, УК-7.3, ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3
3.3 Игрореализация в современной медийной деятельности		1		1	19,15	чтение дополнительной литературы	письменный ответ на вопросы	УК-6.1, УК-6.2, УК-6.3, УК-7.1, УК-7.2, УК-7.3, ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3
Итого по разделу		4		4	43,05			
Итого за семестр		17		17	69,15		зачёт	
Итого по дисциплине		17		17	73,05		зачет	



## **5 Образовательные технологии**

Для наиболее эффективных результатов освоения дисциплины используются следующие образовательные технологии:

Информационно-коммуникативные технологии – технологии поиска и отбора информации, визуализация учебного материала, технологии развития критического мышления.

Технологии эффективной педагогической коммуникации – технологии проектной деятельности, кейс-технологии в образовательном процессе.

Активные формы обучения – подготовка письменных аналитических работ, сообщений; заполнение отчетной документации по результатам психодиагностических исследований, лекция-визуализация, проблемная лекция.

Лекции излагаются в описательно-иллюстративном (традиционном) или в проблемном стиле: ставятся вопросы и предлагаются подходы к их решению. Активируется внимание обучаемых путем постановки проблемных вопросов.

Материал лекции опирается на знания и личный опыт обучаемых. Стимулируется мыслительная деятельность, через раскрытие взаимосвязи между различными явлениями, указание на теоретические противоречия.

Интерактивные формы обучения – организация (подбор и проведение) методов исследования в группе респондентов, количественная и качественная обработка полученных результатов исследования, организация процесса психологического сопровождения (построение прогноза, разработка программ профилактики, развития и коррекции); практическая проработка различных упражнений, приемов и технологий (дискуссии, мозговой штурм, деловые и ролевые игры, разбор конкретных ситуаций).

Практические занятия проводятся методами развёрнутой беседы, дискуссии, круглого стола, ролевых игр и специальных заданий. Формы практических занятий: деловая игра, анализ ситуаций. Практическое занятие в форме презентации – представление результатов проектной или исследовательской деятельности с использованием специализированных программных сред.

Осуществляется текущий контроль успеваемости для проверки хода и качества усвоения учебного материала, стимулирования учебной работы и совершенствования методики проведения занятий. Проводится в ходе лекций, семинаров и практических занятий в устной или письменной форме (письменные или устные ответы на контрольные вопросы, тест, беседа, результаты выступлений на семинарах, выполнение практических заданий и др.).

## **6 Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся**

Представлено в приложении 1.

## **7 Оценочные средства для проведения промежуточной аттестации**

Представлены в приложении 2.

## **8 Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)**

### **а) Основная литература:**

1. Руденко, А. М. Психология массовых коммуникаций : учебник / А. М. Руденко, А. В. Литвинова ; под ред. А. М. Руденко. – Москва : РИОР : ИНФРА-М, 2020. – 303 с. – (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-369-01663-3. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1048186> (дата обращения: 02.02.2024). – Режим доступа: по подписке.

2. Русякова, Е. Е. Психологические аспекты медиакоммуникации : учебное пособие [для вузов] / Е. Е. Русякова ; Магнитогорский гос. технический ун-т им. Г. И. Носова. - Магнитогорск : МГТУ им. Г. И. Носова, 2022. - 1 CD-ROM. - ISBN 978-5-9967-2357-7. - Загл. с титул. экрана. - URL: <https://host.megaprolib.net/MP0109/Download/MObject/3334> (дата обращения: 02.02.2024). - Макрообъект. - Текст : электронный. - Сведения доступны также на CD-ROM.

**б) Дополнительная литература:**

1. Курбан, Е. Н. Медиакультура: теории, практики, технологии. Практикум : учебно-методическое пособие / Е. Н. Курбан ; МГТУ. - Магнитогорск : МГТУ, 2016. - 1 электрон. опт. диск (CD-ROM). - Загл. с титул. экрана. - URL: <https://host.megaprolib.net/MP0109/Download/MObject/20634> (дата обращения: 02.02.2024). - Макрообъект. - Текст : электронный. - Сведения доступны также на CD-ROM.. - Макрообъект. - Текст : электронный. - Сведения доступны также на CD-ROM.

2. Соснин, В. А. Психология массового поведения : монография / В.А. Соснин. – Москва : ФОРУМ : ИНФРА-М, 2020. – 160 с. - ISBN 978-5-00091-003-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1045382> (дата обращения: 02.02.2024). – Режим доступа: по подписке.

**в) Методические указания:**

1. Самостоятельная работа студентов вуза : практикум / составители: Т. Г. Неретина, Н. Р. Уразаева, Е. М. Разумова, Т. Ф. Орехова ; Магнитогорский гос. технический ун-т им. Г. И. Носова. - Магнитогорск : МГТУ им. Г. И. Носова, 2019. - 1 CD-ROM. - Загл. с титул. экрана. - URL: <https://host.megaprolib.net/MP0109/Download/MObject/2391> (дата обращения: 02.02.2024). - Макрообъект. - Текст : электронный. - Сведения доступны также на CD-ROM.

**г) Программное обеспечение и Интернет-ресурсы:****Программное обеспечение**

Наименование ПО	№ договора	Срок действия лицензии
7Zip	свободно распространяемое	бессрочно
MS Office 2007 Professional	№ 135 от 17.09.2007	бессрочно
FAR Manager	свободно распространяемое	бессрочно

**Профессиональные базы данных и информационные справочные системы**

Название курса	Ссылка
Национальная информационно-аналитическая система – Российский индекс научного цитирования (РИНЦ)	URL: <a href="https://elibrary.ru/project_risc.asp">https://elibrary.ru/project_risc.asp</a>
Поисковая система Академия Google (Google Scholar)	URL: <a href="https://scholar.google.ru/">https://scholar.google.ru/</a>
Российская Государственная библиотека. Каталоги	<a href="https://www.rsl.ru/ru/4readers/catalogues/">https://www.rsl.ru/ru/4readers/catalogues/</a>
Электронные ресурсы библиотеки МГТУ им. Г.И. Носова	<a href="https://host.megaprolib.net/MP0109/Web">https://host.megaprolib.net/MP0109/Web</a>
Международная база полнотекстовых журналов Springer Journals	<a href="http://link.springer.com/">http://link.springer.com/</a>

## **9 Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)**

Материально-техническое обеспечение дисциплины включает:

Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа / Доска, мультимедийные средства хранения, передачи и представления информации.

Учебные аудитории для проведения практических занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации / Доска, мультимедийный проектор, экран.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся / Персональные компьютеры с пакетом MS Office, выходом в Интернет и с доступом в электронную информационно-образовательную среду университета.

Помещение для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования / Стеллажи для хранения учебно-наглядных пособий и учебно-методической документации.

**«Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся»  
Перечень вопросов и заданий для самостоятельной работы при подготовке к  
практическим занятиям:**

*Тема 1. Психология медиакоммуникаций*

1. Становление дисциплины Появление дисциплины
2. Современные проблемы медиапсихологии.
3. Истоки массовой коммуникации. Потребность человека и общества в общении.
4. Роль современных СМИ в социализации. Урбанизация и возникновение медиареальности. Современные тенденции развития СМИ и проблема психологического одиночества.

*Тема 2. Массовая коммуникация и основные психологические проблемы общения больших социальных групп*

1. Понятие МК, ее функции и роль в обществе.
2. Структура МК. Средства МК. Особенности общения в МК. Э
3. Эффекты массовой коммуникации (эффект ореола, бумеранга и др.)
4. СМИ и обратная связь. Проблема непосредственной обратной связи в СМИ и современные способы ее решения.
5. Характеристики и взаимозависимость составляющих коммуникативного процесса: коммуникатор-сообщение-аудитория (их исторические модели).
6. Массовое (обыденное) сознание, социальная группа и аудитория СМИ. «Телевизионный» электорат. Типологические признаки аудитории СМИ.
7. Социальные и психологические принципы изучения аудитории СМИ.
8. Явление кибербуллинга и киббермоббинга в социальных сетях. Причины, профилактика

*Задание:* Проанализировать понятие «хайп», как нового тренда современного коммуникационного пространства медиасреды. Изучить природу, виды и особенности данного явления, этимологические особенности формирования понятия «хайп». Рассмотреть основные социальные прецеденты, получившие в медийном поле статус хайпа. Описать возможности хайпа в медиакоммуникации. Сделать выводы о последствиях в результате влияния хайповых продуктов на социум в целом и на социальный опыт отдельных индивидов.

*Тема 3 Психологические закономерности восприятия медиатекста*

1. Понятие и структура восприятия.
2. Предметность, константность, полнота и целостность восприятия. Когнитивный диссонанс.
3. Культурная парадигма и тип мышления. Установление диалогового отношения автора текста с читателем.
4. Типы текстов по Е. Проиной. Мифологический тип текста, его функции, стиль, эффект воздействия. Убеждающий тип текста, прагматический текст, гедонистический текст, смысловывявляющий текст, сетевой, их характеристики. Особенности NET-мышления в современной журналистике.
5. Психология коммуникаций в ИНТЕРНЕТ. Стиль NET-мышления в современной журналистике. Качества NET-мышления (приближенность к естественному времени, спонтанность, активность, индивидуальность, децентрация, ускользание от соционорм и др.).

*Задание:* Собрать в одной из социальных сетей данные о 32 (или более) аккаунтах. Систематизировать эти данные по самостоятельно сформулированным критериям. Дать обоснование этим критериям. Представить результаты такой систематизации в цифровом ресурсе. Дать психологическую интерпретацию представленным данным.

*Тема 4 Социальные стереотипы и их роль в формировании средств массовой информации.*

1. Понятие социальной установки, предрассудка и стереотипа.
2. Виды социальных стереотипов (национальные, гендерные, социальные, профессиональные).
3. Использование стереотипов в СМИ и рекламе.
4. Положительные и негативные эффекты использования стереотипов в СМИ.
5. Слухи, факторы их появления, функции. Источники формирования стереотипов в массовой коммуникации: общество или СМИ?

*Тема 5. Мифологичный характер медийной коммуникации*

1. Мифологичный характер существования как элемент жизни политиков и звезд эстрады. Мифологическая основа модели «правильной биографии» в публичном дискурсе
2. «Психологическая война».
3. Механизмы функционирования пропаганды. Технологии контрпропаганды.

*Тема 6. Психологические манипуляции в медиапространстве*

1. Составляющие манипуляции (характеристики цели, инструментов, участников)
2. Виды манипулятивного воздействия (Э. Шостром, Е. Доценко, Е. Сидоренко): умолчание, снижение ценности (насмешка), использование слабостей, щипки и пр.
3. Психологическая характеристика мира манипулятора и игра на двоих: манипулятор – манипулируемый.
4. Неадекватность силы и вида эмоционального реагирования как критерий состоявшейся манипуляции. Виды естественного искажения информации (НЛП): искажение, обобщение, опущение.
5. Классификация манипулятивных технологий в масс-медиа И. Дзялошинского (мифологическое манипулирование, использование психологических автоматизмов, посредством управления информационными потоками или средой, ценностно-эмоциональное манипулирование, убеждающими аргументами и пр.).
6. Манипуляции и контрманипуляции. Виды психологической защиты от манипуляций в интернет пространстве. Поддержание ценностей, традиций общества и личностного развития (социальная активность) как способ предотвращения массовой манипулятивной среды.

*Тема 7. Имидж в структуре коммуникативного пространства. Проблемы непредсказуемости освещения событий в СМИ.*

1. Имидж и его природа.
2. «Анатомия» имиджа. Внутренняя общественность и имидж организации.
3. Соответствие имиджа по Гарри Левинсону.
4. PR-реклама имиджа.

*Тема 8 Психология слухов СМИ*

1. Приоритет официальных каналов коммуникации.
2. Спонтанные и преднамеренные слухи. Позитивный момент слухов как повышение субъективной вероятности появления события.
3. Информационная функция слухов. Ориентация на закрытые с точки зрения официального дискурса сферы.
4. Информация из слухов как элемент политики. Опровержение слухов. Слух как миф, который возникает в устной форме в окружающих его письменных и официальных контекстах.

*Тема 9. Психология информационной войны*

1. Общая модель воздействия в информационной кампании
2. Технологии отключения рациональности. Снятие идентичности. Формирование чувства вины. Канализация вины. Логическое развенчание.
3. Модель информационной войны. Многоцелевой объект для последующего коммуникативного резонанса. Косвенность цели. Стимуляция обсуждения. Многоканальное воздействие. Опора на уже существующие сети (однородные группы

людей).

*Тема 10. Психологическое влияние в СМИ и связей с общественностью*

1. Влияние установок на восприятие и мышление. Установки как готовые обобщенные оценки.
2. Установки как фактор формирования личности. Изменение «Я» через установки подходы социальной психологии.
3. Акцент на ситуационных причинах поведения.
4. Процессы социального сравнения. Убеждающее сообщение.

*Задание:* Составьте и защитите программу формирования установок в отношении гармоничного развития/ толерантности во взаимодействии с окружающим миром/ продуктивного преодоления профессиональных/жизненных трудностей с использованием коммуникативных технологий. Осуществите апробацию программы, обсудите особенности применяемых коммуникативных технологий и составьте письменный отчет.

*Тема 11. Законодательство Российской Федерации в области защиты информации, государственной тайны и режима секретности*

Задание составить блок-схемы или интеллект-карты:

1. Основные правовые акты в области защиты государственной тайны и информационной безопасности, обеспечения режима секретности.
2. Понятия информационной безопасности и защиты государственной тайны;
3. Ситуации профессиональной деятельности, требующие соблюдения требований правовых актов в области защиты государственной тайны и информационной безопасности и обеспечения соблюдения режима секретности;
4. Приемы обеспечения режима секретности и информационной безопасности.
5. Организация профессиональной деятельности в соответствии с требованиями правовых актов, информационной безопасности и режима секретности
6. Признаки фишинговой атаки, как понять, что тебя обманывают, основные критерии на которые нужно обратить внимание?

**Примерные вопросы к зачету:**

1. Психологические исследования массмедиа
2. Введение в психологию массовой коммуникации
3. Психология журналистики и смежные науки
4. Психологические исследования в журналистике
5. Историко-философские традиции рассмотрения творчества
6. Человек как создатель и потребитель продукции СМИ
7. Характеристики творческих способностей журналиста
8. Журналистское произведение: от замысла – к реализации
9. Ценностная база журналиста и его профессиональной деятельности
10. Аудитория как массово-коммуникационная общность
11. Типология аудитории СМИ
12. Эффективность информационной деятельности: психологический аспект
13. Социально-технологический подход как фактор развития диалоговых отношений в журналистике
14. Мобильные возможности СМИ
15. Социально-психологическое моделирование деятельности коммуникаторов
16. Игрореализация в современной медийной деятельности
17. Роль современных СМИ в социализации
18. Эффекты массовой коммуникации.
19. Понятие массовой коммуникации, ее функции и роль в обществе. Структура массовой коммуникации.
20. Понятие социальной установки, предрассудка и стереотипа. Использование стереотипов в СМИ и рекламе.

21. Классификация манипулятивных технологий в масс-медиа
22. Имидж в структуре коммуникативного пространства
23. Современные проблемы медиапсихологии.
24. Психология коммуникаций в ИНТЕРНЕТ.
25. Источники формирования стереотипов в массовой коммуникации

#### **Методические рекомендации:**

Целью курса является выработка комплекса знаний и умений, необходимых для решения задач, связанных с будущей, профессиональной деятельностью.

Для более тщательного и подробного изучения дисциплины студентам требуется не ограничивать свои усилия пониманием лекционного материала и подготовкой к практическим занятиям. Рекомендуется ознакомиться со всем списком литературы к курсу. Кроме того, требуется внимательно отслеживать вновь появляющиеся издания данной тематики и сравнивать их с уже изученными материалами.

В процессе изучения дисциплины следует освоить или актуализировать знания, умения и владения современными цифровыми инструментами и технологиями. В век информационной революции отставание и неумение использовать цифровые технологии педагогов, студентов создает серьезную опасность в резком падении качества образования и возрастании неудовлетворенности потребителей образовательных услуг. Разумный консерватизм и традиционный подход в образовании не должен превращаться в непоколебимый камень. Отсюда возникает необходимость использования цифровых технологий в образовании всех уровней, качественной подготовке специалистов, переподготовке преподавателей высшей школы, которую необходимо осуществлять поэтапно.

Краткие записи **лекций**, их конспектирование помогает усвоить учебный материал. Конспект является полезным тогда, когда записано самое существенное, основное и сделано это самим студентом. Не надо стремиться записать дословно всю лекцию. Такое конспектирование приносит больше вреда, чем пользы. Запись лекций рекомендуется вести по возможности собственными формулировками. Желательно запись осуществлять на одной странице, а следующую оставлять для проработки учебного материала самостоятельно в домашних условиях. Конспект лекции лучше подразделять на пункты, параграфы, соблюдая красную строку. Этому в большой степени будут способствовать пункты плана лекции, предложенные преподавателям. Принципиальные места, определения, формулы и другое следует сопровождать замечаниями «важно», «особо важно», «хорошо запомнить» и т.п. Можно делать это и с помощью разноцветных маркеров или ручек. Работая над конспектом лекций, всегда необходимо использовать не только учебник, но и ту литературу, которую дополнительно рекомендовал лектор.

Основной целью **практического (семинарского) занятия** является проверка глубины понимания студентом изучаемой темы, учебного материала и умения изложить его содержание ясным и четким языком, развитие самостоятельного мышления и творческой активности у студента. На практических (семинарских) занятиях предполагается рассматривать наиболее важные, существенные, сложные вопросы которые, как свидетельствует преподавательская практика, наиболее трудно усваиваются студентами. При этом готовиться к практическому (семинарскому) занятию всегда нужно заранее. Подготовка к практическому (семинарскому) занятию включает в себя следующее:

- обязательное ознакомление с планом занятия, в котором содержатся основные вопросы, выносимые на обсуждение;
- изучение конспектов лекций, соответствующих разделов учебника, учебного пособия, содержания заданий;
- работа с основными терминами (рекомендуется их выучить);
- изучение дополнительной литературы по теме занятия, делая при этом необходимые выписки, которые понадобятся при обсуждении на семинаре и решении задач на практическом занятии;

– формулирование своего мнения по каждому вопросу и аргументированное его обоснование; – запись возникших во время самостоятельной работы с учебниками и научной литературы вопросов, чтобы затем на семинаре получить на них ответы; – обращение за консультацией к преподавателю.

**Самостоятельная работа** студентов включает:

1. Проработку теоретического содержания дисциплины в соответствии с учебным планом по рекомендованной литературе.
2. Подготовку к семинарам:  
Работа с библиографическим материалом и электронными библиотеками;  
Разработка глоссария по теме занятия;  
Выполнение практических заданий по каждой изучаемой теме;  
Подготовка к дискуссии.
3. Выполнение индивидуальных заданий, таких как:  
Вопросы для самостоятельной подготовки (ИДЗ);  
Подготовку докладов и сообщений для участия в дискуссиях и выступления на семинарских занятиях;  
Подготовку ответов на вопросы для самостоятельной подготовки и самопроверки;  
Подготовку презентации по теме занятия;
4. Разработка программы диагностики эмоциональных состояний и ее подготовка к защите.
5. Подготовка к зачету.  
Порядок выполнения самостоятельной работы:  
При самостоятельном изучении каждой темы студент ориентируется на основные понятия, выделенные преподавателем; самоконтроль знаний предполагает ответы на вопросы для самостоятельной подготовки; самостоятельная отработка умений и навыков осуществляется при выполнении практических заданий с последующим отчетом по ним преподавателю.



7 Оценочные средства для проведения промежуточной аттестации

а) Планируемые результаты обучения и оценочные средства для проведения промежуточной аттестации (семестр 1):

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
ПК-4: Способен осуществлять работу над содержанием и качеством медиапубликаций, готовить к публикации собственные материалы, отбирать и редактировать авторские материалы		
ПК-4.1	Выбирает и оценивает информационные поводы	<p><b>Перечень теоретических вопросов:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Психологические исследования массмедиа</li> <li>2. Введение в психологию массовой коммуникации</li> <li>3. Психология журналистики и смежные науки</li> <li>4. Психологические исследования в журналистике</li> <li>5. Историко-философские традиции рассмотрения творчества</li> <li>6. Человек как создатель и потребитель продукции СМИ</li> <li>7. Характеристики творческих способностей журналиста</li> <li>8. Журналистское произведение: от замысла – к реализации</li> <li>9. Ценностная база журналиста и его профессиональной деятельности</li> <li>10. Аудитория как массово-коммуникационная общность</li> <li>11. Типология аудитории СМИ</li> <li>12. Эффективность информационной деятельности: психологический аспект</li> <li>13. Социально-технологический подход как фактор развития диалоговых отношений в журналистике</li> <li>14. Мобильные возможности СМИ</li> <li>15. Социально-психологическое моделирование деятельности коммуникаторов</li> <li>16. Игрореализация в современной медийной деятельности</li> <li>17. Роль современных СМИ в социализации</li> <li>18. Эффекты массовой коммуникации.</li> <li>19. Понятие массовой коммуникации, ее функции и роль в обществе. Структура массовой коммуникации.</li> <li>20. Понятие социальной установки, предрассудка и стереотипа. Использование стереотипов в СМИ и рекламе.</li> <li>21. Классификация манипулятивных технологий в масс-медиа</li> </ol>

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		<p>22. Имидж в структуре коммуникативного пространства</p> <p>23. Современные проблемы медиапсихологии.</p> <p>24. Психология коммуникаций в ИНТЕРНЕТ.</p> <p>25. Источники формирования стереотипов в массовой коммуникации</p> <p><b>Перечень практических вопросов, комплексные задания:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Разработать тематику выступлений перед представителями общественных организаций по вопросам деятельности органов власти.</li> <li>2. Осуществите проектирование информационных листов и психологических плакатов для освещения особенностей деятельности организации (по выбору студента).</li> <li>3. Предложить форму и способы трансляции информации при взаимодействии со СМИ через Интернет.</li> <li>4. Предложите письменный и устный контент для трансляции информации о чрезвычайном событии.</li> <li>5. Предложить психопрофилактическую антихайповую поддержку молодежи.</li> <li>6. Составить примерную психопрофилактическую программу явления кибербуллинга, психокоррекционную программу жертв кибербуллинга.</li> <li>7. Рассмотреть основные социальные прецеденты, получившие в медийном поле статус хайпа. Описать возможности хайпа в медиакоммуникации. Сделать выводы о последствиях в результате влияния хайповых продуктов на социум в целом и на социальный опыт отдельных индивидов.</li> <li>8. Рассмотреть примерный перечень неправомерных, неэтичных и/или прямо криминальных применений современных ИТ.</li> <li>9. Современное информационное общество предполагает развитие сетевых коммуникационных структур, перечислите их и составьте рейтинг популярности у интернет пользователей.</li> </ol>
ПК-4.2	Пользуется авторитетными словарями и справочниками в избранной сфере профессиональной	<p><b>Перечень теоретических вопросов:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Психологические исследования массмедиа</li> <li>2. Введение в психологию массовой коммуникации</li> <li>3. Психология журналистики и смежные</li> </ol>

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
	деятельности	<p>науки</p> <p>4. Психологические исследования в журналистике</p> <p>5. Историко-философские традиции рассмотрения творчества</p> <p>6. Человек как создатель и потребитель продукции СМИ</p> <p>7. Характеристики творческих способностей журналиста</p> <p>8. Журналистское произведение: от замысла – к реализации</p> <p>9. Ценностная база журналиста и его профессиональной деятельности</p> <p>10. Аудитория как массово-коммуникационная общность</p> <p>11. Типология аудитории СМИ</p> <p>12. Эффективность информационной деятельности: психологический аспект</p> <p>13. Социально-технологический подход как фактор развития диалоговых отношений в журналистике</p> <p>14. Мобильные возможности СМИ</p> <p>15. Социально-психологическое моделирование деятельности коммуникаторов</p> <p>16. Игрореализация в современной медийной деятельности</p> <p>17. Роль современных СМИ в социализации</p> <p>18. Эффекты массовой коммуникации.</p> <p>19. Понятие массовой коммуникации, ее функции и роль в обществе. Структура массовой коммуникации.</p> <p>20. Понятие социальной установки, предрассудка и стереотипа. Использование стереотипов в СМИ и рекламе.</p> <p>21. Классификация манипулятивных технологий в масс-медиа</p> <p>22. Имидж в структуре коммуникативного пространства</p> <p>23. Современные проблемы медиапсихологии.</p> <p>24. Психология коммуникаций в ИНТЕРНЕТ.</p> <p>25. Источники формирования стереотипов в массовой коммуникации</p> <p><b>Перечень практических вопросов, комплексные задания:</b></p> <p>1. Подготовьте доклад, презентацию:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Современные проблемы медиа психологии. Истоки массовой коммуникации.</li> <li>✓ Средства и способы письменной и устной коммуникации</li> </ul>

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Основные признаки (долженствительная модальность) и компоненты (смысл, ценность, мотивы и убеждения) коммуникативного пространства</li> <li>✓ Зависимость медиа пространства от субъектов коммуникации</li> <li>✓ Психологическая структура речевой коммуникации</li> <li>✓ Явление кибербуллинга и киббермоббинга в социальных сетях. Причины, профилактика</li> </ul> <p>2. Проанализировать понятие «хайп», как нового тренда современного коммуникационного пространства медиасреды. Изучить природу, виды и особенности данного явления, этимологические особенности формирования понятия «хайп».</p> <p>3. Дать определение и содержание киер-этике.</p> <p>4. Расскажите о принципах работы smart-тв, умное телевидение. медиопотребление, медиоканалы, медиоконтент,</p> <p>5. Как собрать лукалайк в социальной сети, особенности грамотной настойки, как создать грамотные настройки? Расскажите алгоритм.</p> <p>6. Как формировать Лид- магниты? Расскажите алгоритм.</p>
ПК-4.3	Создает, комментирует, редактирует, реферирует тексты различной направленности	<p><b>Перечень теоретических вопросов:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Психологические исследования массмедиа</li> <li>2. Введение в психологию массовой коммуникации</li> <li>3. Психология журналистики и смежные науки</li> <li>4. Психологические исследования в журналистике</li> <li>5. Историко-философские традиции рассмотрения творчества</li> <li>6. Человек как создатель и потребитель продукции СМИ</li> <li>7. Характеристики творческих способностей журналиста</li> <li>8. Журналистское произведение: от замысла – к реализации</li> <li>9. Ценностная база журналиста и его профессиональной деятельности</li> <li>10. Аудитория как массово-коммуникационная общность</li> <li>11. Типология аудитории СМИ</li> <li>12. Эффективность информационной</li> </ol>

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		<p>деятельности: психологический аспект</p> <p>13. Социально-технологический подход как фактор развития диалоговых отношений в журналистике</p> <p>14. Мобильные возможности СМИ</p> <p>15. Социально-психологическое моделирование деятельности коммуникаторов</p> <p>16. Игрореализация в современной медийной деятельности</p> <p>17. Роль современных СМИ в социализации</p> <p>18. Эффекты массовой коммуникации.</p> <p>19. Понятие массовой коммуникации, ее функции и роль в обществе. Структура массовой коммуникации.</p> <p>20. Понятие социальной установки, предрассудка и стереотипа. Использование стереотипов в СМИ и рекламе.</p> <p>21. Классификация манипулятивных технологий в масс-медиа</p> <p>22. Имидж в структуре коммуникативного пространства</p> <p>23. Современные проблемы медиапсихологии.</p> <p>24. Психология коммуникаций в ИНТЕРНЕТ.</p> <p>25. Источники формирования стереотипов в массовой коммуникации</p> <p><b>Перечень практических вопросов, комплексные задания:</b></p> <p>1. Подберите средства и способы письменной и устной коммуникации при взаимодействии со СМИ и общественностью в том числе в Интернет пространстве (имейте ввиду, что в Интернет пространстве люди реагируют на сообщения и заявления незамедлительно, выражая свое мнение и эмоции, в то время, как по ТВ и радио, газеты практически не имеют возможности давать обратную связь) в следующих коммуникативных ситуациях:</p> <p>Кейс №1. Комсомольская правда в рубрике «Люди, которые нас удивили» поместила заметку: «Мэр Москвы нашел способ борьбы с пробками. Открывая очередную транспортную развязку, он сказал, что вынесет на обсуждение правительства города идею распорядка дня столичных чиновников. Теперь они будут работать с 7 утра, что сильно разгрузит улицы в утренние часы». Задание: Проанализируйте, какое влияние могут оказать эти высказывания мэра Москвы на мотивацию и ожидания реципиентов – москвичей, жителей других</p>

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		<p>городов, чиновников. Подберите средства и способы письменной и устной коммуникации для трансляции данной информации взаимодействию при взаимодействии со СМИ и общественностью.</p> <p>Кейс №2. В настоящее время широко распространено мнение о том, что серьезными национальными проектами, развивающими национальную идею и воспитывающими национальную гордость, являются такие телевизионные проекты, как «Звезды на льду», «Танцы со звездами», «Две звезды». Задание: Проанализируйте с точки зрения психологии массовой коммуникации, на каких стереотипах массового сознания базируется такое мнение. Являются ли они, действительно, национальными проектами? Подберите средства и способы письменной и устной коммуникации для трансляции данной информации взаимодействию при взаимодействии со СМИ и общественностью.</p> <p>Кейс №3. В газете «Континент Сибирь» в статье «Каждый второй – «ипотечник»» опубликована информация о том, что на вторичном рынке жилья каждый второй-третий покупатель привлекает деньги по ипотечным схемам. Развитие ипотеки «подгоняет» рост цен на недвижимость. В свою очередь повышение цен приводит к тому, что все меньшее число покупателей могут купить квартиру без кредита. Задание: Проанализируйте, на какую аудиторию рассчитана данная статья. Опишите данный тип аудитории, выделите разные критерии. Какие чувства она может вызвать у «своей» и «чужой» аудитории? Подберите средства и способы письменной и устной коммуникации для трансляции данной информации взаимодействию при взаимодействии со СМИ и общественностью.</p> <p>Кейс №4: Одной из самых обсуждаемых тем последних дней в соцсетях стала рекламная кампания <a href="#">#НИВКАКИЕРАМКИ</a>, запущенная Reebok Russia. Бренд посвятил рекламу девушкам, которым приходится бороться со стереотипами о традиционных «женских» занятиях. Но посыл компании не дошел до адресатов: обсуждение свелось к фразе «Пересядь с иглы мужского одобрения на мужское лицо», использованной в кампании. <a href="https://tjournal.ru/analysis/87554-rezonans-reklama-">https://tjournal.ru/analysis/87554-rezonans-reklama-</a></p>

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		<a href="#">reebok-peresyad-s-igly-muzhskogo-odobreniya-na-muzhskoe-lico</a> Проведите социо-психологический анализ комментариев и особенностей потребления медиаконтента современной молодёжью.
<b>УК-7: Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности</b>		
<b>УК-7.1</b>	Выбирает здоровьесберегающие технологии для поддержания здорового образа жизни с учетом физиологических особенностей организма и условий реализации профессиональной деятельности	<p><b>Перечень теоретических вопросов:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Коммуникатор: психологические аспекты изучения</li> <li>2. Психологические особенности социальных установок и их структура;</li> <li>3. Механизмы воздействия на установки</li> <li>4. Психологические механизмы восприятия содержания в массовой коммуникации. Толерантность.</li> <li>5. Психологические механизмы коммуникативного воздействия на личность и массы</li> <li>6. Стереотипизация сознания и поведения в массовой коммуникации</li> <li>7. Нормальные и аномальные психические состояния в массовой коммуникации</li> <li>8. Психологические, языковые и социальные барьеры в массовой коммуникации</li> <li>9. Роль СМИ в формировании и управлении массовым сознанием</li> <li>10. Теории медиаэффектов</li> <li>11. Эффекты массовой коммуникации на индивидуальном уровне</li> <li>12. Психологические установки гармоничного развития, толерантности во взаимодействии с окружающим миром, продуктивного преодоления профессиональных и жизненных трудностей</li> </ol> <p><b>Перечень практических вопросов, комплексные задания:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Подготовьте доклад, презентацию:             <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Особенности протекания психических процессов в массовой коммуникации</li> <li>✓ Причины нарушения психических состояний, вызванных длительным пребыванием в цифровом пространстве и условия кибергигиены и цифровой гигиены.</li> <li>✓ Особенности воздействия различных СМИ (ТВ, радио, газета, интернет) как следствие различия их выразительных средств</li> </ul> </li> <li>2. Составьте и защитите программу формирования установок в отношении</li> </ol>

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		гармоничного развития/ толерантности во взаимодействии с окружающим миром/ продуктивного преодоления профессиональных/жизненных трудностей с использованием коммуникативных технологий. Осуществите апробацию программы, обсудите особенности применяемых коммуникативных технологий и составьте письменный отчет.
УК-7.2	Планирует свое рабочее и свободное время для оптимального сочетания физической и умственной нагрузки и обеспечения работоспособности	<p><b>Перечень теоретических вопросов:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Психологические исследования массмедиа</li> <li>2. Введение в психологию массовой коммуникации</li> <li>3. Психология журналистики и смежные науки</li> <li>4. Психологические исследования в журналистике</li> <li>5. Историко-философские традиции рассмотрения творчества</li> <li>6. Человек как создатель и потребитель продукции СМИ</li> <li>7. Характеристики творческих способностей журналиста</li> <li>8. Журналистское произведение: от замысла – к реализации</li> <li>9. Ценностная база журналиста и его профессиональной деятельности</li> <li>10. Аудитория как массово-коммуникационная общность</li> <li>11. Типология аудитории СМИ</li> <li>12. Эффективность информационной деятельности: психологический аспект</li> <li>13. Социально-технологический подход как фактор развития диалоговых отношений в журналистике</li> <li>14. Мобильные возможности СМИ</li> <li>15. Социально-психологическое моделирование деятельности коммуникаторов</li> <li>16. Игрореализация в современной медийной деятельности</li> <li>17. Роль современных СМИ в социализации</li> <li>18. Эффекты массовой коммуникации.</li> <li>19. Понятие массовой коммуникации, ее функции и роль в обществе. Структура массовой коммуникации.</li> <li>20. Понятие социальной установки, предрассудка и стереотипа. Использование стереотипов в СМИ и рекламе.</li> <li>21. Классификация манипулятивных технологий в масс-медиа</li> </ol>



Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		<p>22. Имидж в структуре коммуникативного пространства</p> <p>23. Современные проблемы медиапсихологии.</p> <p>24. Психология коммуникаций в ИНТЕРНЕТ.</p> <p>25. Источники формирования стереотипов в массовой коммуникации</p> <p><b>Перечень практических вопросов, комплексные задания:</b></p> <p>Распланировать и выполнить задание в своих группах в течении 10 дней с использованием гистограммы Ганта.</p> <p>Пожалуйста, просмотрите представленные ниже видеоролики.</p> <p>Какой из них вам понравился больше? Почему?</p> <p>1. Рекламный ролик компании Apple «Представляем iPhone 11»:  <a href="https://www.youtube.com/watch?v=JcArHU-J5yo&amp;t=36s">https://www.youtube.com/watch?v=JcArHU-J5yo&amp;t=36s</a></p> <p>2. Рекламный ролик компании МТС «MTS CASHBACK» со звездами шоу «Что было дальше?»:  <a href="https://www.youtube.com/watch?v=vOw5ipQLGi4">https://www.youtube.com/watch?v=vOw5ipQLGi4</a></p> <p>3. Рекламный ролик компании EDEKA – #heimkommen:  <a href="https://www.youtube.com/watch?v=V6-0kYhqoRo">https://www.youtube.com/watch?v=V6-0kYhqoRo</a></p> <p>4. Рекламный ролик компании S7 Airlines «Лучшая из планет»:  <a href="https://www.youtube.com/watch?v=bFW1tqa8-OM">https://www.youtube.com/watch?v=bFW1tqa8-OM</a></p> <p>5. Пожалуйста, оцените видеоролики по указанным характеристикам от 1 до 7, где 1 - очень плохо, 7 - очень хорошо.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Качество технического исполнения</li> <li>• Качество режиссуры и сценария</li> <li>• Актуальность для вас темы ролика</li> <li>• Соответствие вашим ценностям</li> <li>• Эмоциональная насыщенность ролика</li> <li>• Понятность идеи</li> <li>• Общая оценка (нравится - не нравится)</li> </ul>
УК-7.3	Соблюдает и пропагандирует нормы здорового образа жизни в различных жизненных ситуациях и в профессиональной деятельности	<p><b>Перечень теоретических вопросов:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Психологические исследования массмедиа</li> <li>2. Введение в психологию массовой коммуникации</li> <li>3. Психология журналистики и смежные науки</li> <li>4. Психологические исследования в журналистике</li> <li>5. Историко-философские традиции рассмотрения творчества</li> </ol>

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		<p>6. Человек как создатель и потребитель продукции СМИ</p> <p>7. Характеристики творческих способностей журналиста</p> <p>8. Журналистское произведение: от замысла – к реализации</p> <p>9. Ценностная база журналиста и его профессиональной деятельности</p> <p>10. Аудитория как массово-коммуникационная общность</p> <p>11. Типология аудитории СМИ</p> <p>12. Эффективность информационной деятельности: психологический аспект</p> <p>13. Социально-технологический подход как фактор развития диалоговых отношений в журналистике</p> <p>14. Мобильные возможности СМИ</p> <p>15. Социально-психологическое моделирование деятельности коммуникаторов</p> <p>16. Игрореализация в современной медийной деятельности</p> <p>17. Роль современных СМИ в социализации</p> <p>18. Эффекты массовой коммуникации.</p> <p>19. Понятие массовой коммуникации, ее функции и роль в обществе. Структура массовой коммуникации.</p> <p>20. Понятие социальной установки, предрассудка и стереотипа. Использование стереотипов в СМИ и рекламе.</p> <p>21. Классификация манипулятивных технологий в масс-медиа</p> <p>22. Имидж в структуре коммуникативного пространства</p> <p>23. Современные проблемы медиапсихологии.</p> <p>24. Психология коммуникаций в ИНТЕРНЕТ.</p> <p>25. Источники формирования стереотипов в массовой коммуникации</p> <p><b>Перечень практических вопросов, комплексные задания:</b></p> <p>Кейс: Самый эффективный способ информирования населения – это интернет. Самые интересные решения от участников были размещены на портале <a href="http://фабриказдоровья2015.рф">фабриказдоровья2015.рф</a></p> <p>Для информационной поддержки проекта использовались различные rg-инструменты: пресс-конференция в ТАСС, работа со СМИ, вебинары на тему ЗОЖ, публикации лидеров мнений в соцсетях, видеоролики. Какие у вас есть возможности, что бы увлечь людей и</p>

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		<p>увеличить количество последователей ЗОЖ?            Ответ: Глобальное решение проблемы требует исследований и тщательного анализа. Провести несколько опросов населения, используя различные методы (беседы, анкеты, тесты и пр.)            Неодходимо использовать технологию краудсорсинга, Привлечь экспертов, врачей и людей желающих менять менталитет. Чтобы привлекать активную аудиторию для работы на КраудСпейс, необходимы яркие и привлекательные визуальные образы.</p>
<p>УК-6: Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни</p>		
УК-6.1	Использует инструменты и методы управления временем при выполнении конкретных задач, проектов, при достижении поставленных целей	<p><b>Перечень теоретических вопросов:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Психологические исследования массмедиа</li> <li>2. Введение в психологию массовой коммуникации</li> <li>3. Психология журналистики и смежные науки</li> <li>4. Психологические исследования в журналистике</li> <li>5. Историко-философские традиции рассмотрения творчества</li> <li>6. Человек как создатель и потребитель продукции СМИ</li> <li>7. Характеристики творческих способностей журналиста</li> <li>8. Журналистское произведение: от замысла – к реализации</li> <li>9. Ценностная база журналиста и его профессиональной деятельности</li> <li>10. Аудитория как массово-коммуникационная общность</li> <li>11. Типология аудитории СМИ</li> <li>12. Эффективность информационной деятельности: психологический аспект</li> <li>13. Социально-технологический подход как фактор развития диалоговых отношений в журналистике</li> <li>14. Мобильные возможности СМИ</li> <li>15. Социально-психологическое моделирование деятельности коммуникаторов</li> <li>16. Игрореализация в современной медийной деятельности</li> <li>17. Роль современных СМИ в социализации</li> <li>18. Эффекты массовой коммуникации.</li> <li>19. Понятие массовой коммуникации, ее функции и роль в обществе. Структура массовой коммуникации.</li> </ol>

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		<p>20. Понятие социальной установки, предрассудка и стереотипа. Использование стереотипов в СМИ и рекламе.</p> <p>21. Классификация манипулятивных технологий в масс-медиа</p> <p>22. Имидж в структуре коммуникативного пространства</p> <p>23. Современные проблемы медиапсихологии.</p> <p>24. Психология коммуникаций в ИНТЕРНЕТ.</p> <p>25. Источники формирования стереотипов в массовой коммуникации</p> <p><b>Перечень практических вопросов, комплексные задания:</b></p> <p>В группе выполнить задание, проект, в котором обозначена цель, задачи, мероприятия, сценарирование, распределение ролей и ответственности с учетом времени.</p> <p>Примерное задание:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Составьте и защитите программу формирования установок в отношении гармоничного развития/ толерантности во взаимодействии с окружающим миром/ продуктивного преодоления профессиональных и жизненных трудностей с использованием коммуникативных технологий. Осуществите апробацию программы, обсудите особенности применяемых коммуникативных технологий и составьте письменный отчет.</li> <li>- Собрать в одной из социальных сетей данные о 32 (или более) аккаунтах. Систематизировать эти данные по самостоятельно сформулированным критериям. Дать обоснование этим критериям. Представить результаты такой систематизации в цифровом ресурсе. Дать психологическую интерпретацию представленным данным.</li> <li>- Представьте и раскройте эффективные и удобные способы и методы цифровой гигиены для различных целевых аудиторий и возрастных групп</li> </ul>
УК-6.2	<p>Определяет приоритеты собственной деятельности, личностного развития и профессионального роста</p>	<p><b>Перечень теоретических вопросов:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Психологические исследования массмедиа</li> <li>2. Введение в психологию массовой коммуникации</li> <li>3. Психология журналистики и смежные науки</li> <li>4. Психологические исследования в журналистике</li> </ol>

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		<p>5. Историко-философские традиции рассмотрения творчества</p> <p>6. Человек как создатель и потребитель продукции СМИ</p> <p>7. Характеристики творческих способностей журналиста</p> <p>8. Журналистское произведение: от замысла – к реализации</p> <p>9. Ценностная база журналиста и его профессиональной деятельности</p> <p>10. Аудитория как массово-коммуникационная общность</p> <p>11. Типология аудитории СМИ</p> <p>12. Эффективность информационной деятельности: психологический аспект</p> <p>13. Социально-технологический подход как фактор развития диалоговых отношений в журналистике</p> <p>14. Мобильные возможности СМИ</p> <p>15. Социально-психологическое моделирование деятельности коммуникаторов</p> <p>16. Игрореализация в современной медийной деятельности</p> <p>17. Роль современных СМИ в социализации</p> <p>18. Эффекты массовой коммуникации.</p> <p>19. Понятие массовой коммуникации, ее функции и роль в обществе. Структура массовой коммуникации.</p> <p>20. Понятие социальной установки, предрассудка и стереотипа. Использование стереотипов в СМИ и рекламе.</p> <p>21. Классификация манипулятивных технологий в масс-медиа</p> <p>22. Имидж в структуре коммуникативного пространства</p> <p>23. Современные проблемы медиапсихологии.</p> <p>24. Психология коммуникаций в ИНТЕРНЕТ.</p> <p>25. Источники формирования стереотипов в массовой коммуникации</p> <p><b>Перечень практических вопросов, комплексные задания:</b></p> <p>1. Исключите неверный вариант ответа.</p> <p><b>А)</b> Интернет и социальные сети являются наиболее популярными медиаканалами для современной молодежи и используются ими на протяжении большей части времени бодрствования.</p> <p><b>Б)</b> Интернет и социальные сети уступают место ТВ по популярности и объему информации,</p>

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		<p>которую способны передать пользователям. Верно ли утверждение:</p> <p><b>2.</b> В сфере медиапотребления проявляются характерные черты общества переживаний. А)да Б)нет В) частично</p> <p><b>3.</b> Число пользователей интернета и социальных сетей как минимум в 2 раза превышает количество телезрителей и в 3 раза – число аудитории радио и печатных СМИ. А)да Б)нет В) частично</p> <p><b>1.</b> Наибольшее число пользователей отдают предпочтение мобильным устройствам для выхода в сеть интернет. А)да Б)нет В) частично</p> <p><b>5.</b> Большая часть респондентов проводит за активным использованием компьютера/смартфона/планшета не менее 7 часов в сутки А)да Б)нет В) частично</p> <p><b>6.</b> Среди молодёжи проявляются тенденции к рационализации медиапотребления. А)да Б)нет В) частично</p> <p><b>7.</b> Не менее 50 процентов респондентов используют программное обеспечения для контроля времени использования компьютеров и смартфонов. А)да Б)нет В) частично</p> <p><b>8.</b> Большая часть опрошенных считает, что проводит слишком много времени в сети и осознаёт необходимость более осознанного подхода к использованию интернета. А)да Б)нет В) частично</p> <p><b>9.</b> Для большей часть респондентов готовы потреблять рекламный контент в случае, если он содержит актуальную и интересную для них информацию.</p>

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		<p>А)да Б)нет В) частично</p> <p>10. Основными качествами медиаконтента большинство респондентов выбирают его оригинальность и уникальность, познавательность и эмоциональную насыщенность.</p> <p>А)да Б)нет В) частично</p> <p>11. В качестве наиболее актуальных для современной молодёжи ценностей большинство респондентов выделяют новые эмоции и впечатления, саморазвитие, познание мира и открытия.</p> <p>А)да Б)нет В) частично</p>
УК-6.3	Оценивает требования рынка труда и предложения образовательных услуг для выстраивания траектории собственного профессионального роста	<p><b>Перечень теоретических вопросов:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Психологические исследования массмедиа</li> <li>2. Введение в психологию массовой коммуникации</li> <li>3. Психология журналистики и смежные науки</li> <li>4. Психологические исследования в журналистике</li> <li>5. Историко-философские традиции рассмотрения творчества</li> <li>6. Человек как создатель и потребитель продукции СМИ</li> <li>7. Характеристики творческих способностей журналиста</li> <li>8. Журналистское произведение: от замысла – к реализации</li> <li>9. Ценностная база журналиста и его профессиональной деятельности</li> <li>10. Аудитория как массово-коммуникационная общность</li> <li>11. Типология аудитории СМИ</li> <li>12. Эффективность информационной деятельности: психологический аспект</li> <li>13. Социально-технологический подход как фактор развития диалоговых отношений в журналистике</li> <li>14. Мобильные возможности СМИ</li> <li>15. Социально-психологическое моделирование деятельности коммуникаторов</li> <li>16. Игрореализация в современной медийной</li> </ol>

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		<p>деятельности</p> <p>17. Роль современных СМИ в социализации</p> <p>18. Эффекты массовой коммуникации.</p> <p>19. Понятие массовой коммуникации, ее функции и роль в обществе. Структура массовой коммуникации.</p> <p>20. Понятие социальной установки, предрассудка и стереотипа. Использование стереотипов в СМИ и рекламе.</p> <p>21. Классификация манипулятивных технологий в масс-медиа</p> <p>22. Имидж в структуре коммуникативного пространства</p> <p>23. Современные проблемы медиapsихологии.</p> <p>24. Психология коммуникаций в ИНТЕРНЕТ.</p> <p>25. Источники формирования стереотипов в массовой коммуникации</p> <p><b>Перечень практических вопросов, комплексные задания:</b></p> <p>Используя референсы, отражающие примерное содержание, стиль и настроение сцен разработайте имиджевый видеоролик. Создайте небольшое видео на телефоне с использованием любых мобильных программ. Видео не должно быть более 3 минут. Содержание должно включать информацию о Вас «Я как профессионал», рассказать о Ваших ценностях, целях, дальнейшем развитии, оценить свои компетенции относительно рынка труда, описать свои сильные стороны и описать свои слабые стороны, которые могут стать вашими рисками, какие навыки вы планируете развивать далее, чему бы Вам еще хотелось научиться. Музыкальное сопровождение по желанию, сурдотекст использовать желательно.</p>

**б) Порядок проведения промежуточной аттестации, показатели и критерии оценивания:**

Промежуточная аттестация по дисциплине включает теоретические вопросы, позволяющие оценить уровень усвоения обучающимися знаний, и практические задания, выявляющие степень сформированности умений и владений, проводится в устной форме зачета.

Зачет по данной дисциплине включает в себя:

- 1) Контроль выполнения студентами заданий для самостоятельной работы;
- 2) Зачет сдается в устной форме и предполагает ответ на один теоретический вопрос

и практическое задание

**Показатели и критерии оценивания зачета:**

**Оценка «зачтено».** Ответы на поставленные вопросы в билете излагаются логично, последовательно и не требуют дополнительных пояснений. Делаются обоснованные



выводы. Демонстрируются глубокие знания базовых понятий психологии. Соблюдаются нормы литературной речи. Ответы на поставленные вопросы излагаются систематизировано и последовательно. Материал излагается уверенно. Демонстрируется умение анализировать материал, однако не все выводы носят аргументированный и доказательный характер. Соблюдаются нормы литературной речи. Допускаются нарушения в последовательности изложения. Демонстрируются поверхностные знания вопроса. Имеются затруднения с выводами. Допускаются нарушения норм литературной речи.

**Оценка «незачтено».** Материал излагается непоследовательно, сбивчиво, не представляет определенной системы знаний по дисциплине. Имеются заметные нарушения норм литературной речи