

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ВОРОНЕЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(ФГБОУ ВО «ВГУ»)

УТВЕРЖДАЮ

Заведующий кафедрой
социологии и политологии

 Глухова А.В.

24.06.2021.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
Б1.В.ДВ.06.02 Психология массовой коммуникации

- 1. Код и наименование направления подготовки:** 41.03.04 Политология
- 2. Профиль подготовки:** Публичное управление и политический менеджмент
- 3. Квалификация выпускника:** Бакалавр
- 4. Форма обучения:** Очная
- 5. Кафедра, отвечающая за реализацию дисциплины:** Социологии и политологии исторического факультета
- 6. Составители программы:** Черникова Галина Владимировна, кандидат политических наук, доцент
- 7. Рекомендована:** НМС исторического факультета, протокол № 6 от 24.06.2021.
- 8. Учебный год:** 2024/ 2025 **Семестр(-ы):** 8

9. Цели и задачи учебной дисциплины – получение знаний о психических особенностях протекания массовых коммуникаций и овладения навыками эффективного коммуникативного взаимодействия

Основными задачами учебной дисциплины являются:

- 1) формирование у студентов знаний об особенностях, функциях массовой коммуникации и теоретических подходах к её изучению; а также умений применять их при анализе реальных сообщений массовой коммуникации;
- 2) формирование умений анализировать психологические механизмы воздействия массовых коммуникаций на социальное поведение, представлять свой анализ и отстаивать свое мнение;
- 3) выработка представлений о роли массовых коммуникаций в политическом поведении; а также умений применять эти знания при анализе реальных сообщений;
- 4) привитие студентам навыков разработки стратегии и тактики по медиа-продвижению в интернет-сфере и, в частности, в социальных сетях и блогах;
- 5) выработка у студентов навыков публичных выступлений по научной тематике;
- 6) развитие умения аргументировать собственную точку зрения с применением всего объема знаний, полученного на занятиях по курсу.

10. Место учебной дисциплины в структуре ООП:

Дисциплина относится к части блока Б1, формируемой участниками образовательных отношений, и является факультативной дисциплиной

11. Планируемые результаты обучения по дисциплине/модулю (знания, умения, навыки), соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы (компетенциями выпускников):

Код	Название компетенции	Код(ы)	Индика-тор(ы)	Планируемые результаты обучения
ПК-2	способен осуществлять организацию брифингов, пресс-конференций, интервью и иных мероприятий с участием СМИ, обеспечивать развитие и наполнение официальных интернет-сайтов политических партий, органов публичной власти и представительств в социальных сетях и блогах	ПК-2.1. ПК-2.2. ПК-2.3 ПК-2.4	ПК-2.1. Разрабатывает стратегию и тактику по медиа-продвижению в интернет-сфере и, в частности, в социальных сетях и блогах. ПК-2.2. Осуществляет анализ целевой аудитории и поиск партнеров, готовит пресс-релизы и программу информационной программы. ПК-2.3. Ведёт деловую переписку, учитывая особенности стилистики официальных и неофициальных писем, социокультурные различия в формате корреспонденции с различными акторами политического процесса. ПК-2.4. Способен организовать и провести интервью с публичной VIP-персоной.	Знает: основы публичного управления и законодательства РФ; нормы, правила, процедуры проведения пресс-конференций, брифингов и PR-мероприятий; методики оценки эффективности и результативности информационных кампаний; ведущие консалтинговые агентства, СМИ, организации и профессиональные сети, оказывающие информационную поддержку. Умеет: готовить контент для официальных интернет-сайтов, блогов, пабликов в социальных сетях, создавать информационные поводы и организовывать проведение различных информационных кампаний. Владет (иметь навыки): работы с информационно-поисковыми системами, открытыми базами данных, ПО и социальными сетями.

12. Объем дисциплины в зачетных единицах/часах в соответствии с учебным планом — 2 ЗЕТ / 72 часа.

Форма промежуточной аттестации – зачет

13. Виды учебной работы

Вид учебной работы	Трудоемкость	
	Всего	По семестрам

		№ 8	№ семестра	...
Аудиторные занятия		44	44	
в том числе:	лекции	18	18	
	практические	26	26	
	лабораторные			
	групповые консультации			
Самостоятельная работа		28	28	
в том числе: курсовая работа (проект)				
Индивидуальные консультации				
Форма промежуточной аттестации (экзамен – час.)				
Итого:		72	72	

13.1. Содержание разделов дисциплины:

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела дисциплины
1. Лекции		
1.1	Массовая коммуникация как объект психологического исследования	Психология массовой коммуникации: научное направление и академическая дисциплина. Массовые коммуникации как социально-психологический феномен. Особенности и функции массовых коммуникаций как вида общения. Теоретические подходы к исследованию массовых коммуникаций в психологии. Модели массовых коммуникаций. Коммуникация и общение. Средства массовой коммуникации в парадигме социальной психологии. Методы исследования и психологической экспертизы продуктов массовых коммуникаций
1.2	Психологические исследования массовой коммуникации: основные направления	Бихевиоризм: поведенческие концепции массовой коммуникации. Когнитивизм в концепциях массовой коммуникации. Гештальтпсихология в массовой коммуникации. Психоанализ и неофрейдизм. Гуманистическая психология и теории самоактуализации.
1.3	Воздействие и восприятие в сфере массовой коммуникации	Понятие, структура и виды психологического воздействия. Механизмы и методы психологического воздействия в массовых коммуникациях. Эффекты воздействия массовых коммуникаций. Проблема психологической безопасности воздействия массовых коммуникаций. Механизмы воздействия и восприятия информации. Основные эффекты массовой коммуникации. Факторы восприятия медийных текстов..
1.4	Массовые коммуникации и личность	Воздействие средств массовых коммуникаций на когнитивную сферу: формирование с их помощью образа мира; Воздействие средств массовых коммуникаций на эмоциональную сферу; Воздействие средств массовых коммуникаций на поведение человека
1.5	Массовая коммуникация и психологическое состояние аудитории	Влияние массовой коммуникации на эмоциональное состояние. Парасоциальные отношения в массовой коммуникации. Двусторонние отношения в социальных сетях. Социальный капитал в социальных сетях. Теленасилие: исследовательские подходы к современной медийной практике. Психологические последствия демонстрации сцен насилия.
1.6	Межгрупповые отношения и массовая коммуникация	Определение межгрупповых отношений. Воздействие средств массовых коммуникаций на межгрупповые отношения. Воздействие средств массовых коммуникаций на общественные и политические процессы. Влияние массовой коммуникации на агрессивное поведение. Межгрупповая враждебность в современной массовой коммуникации. Влияние массовой коммуникации на просоциальное поведение. Массовая коммуникация и улучшение межгрупповых отношений. Установка и стереотип в массовой коммуникации. Влияние стереотипов на поведение в виртуальной среде. Психология слухов и предрассудков.

		Рабочие группы в массовой коммуникации. Процесс вынесения решений в виртуальных группах. Факторы, влияющие на решения в виртуальных группах. Эффекты групповой дискуссии в виртуальных группах. Улучшение групповой дискуссии.
1.7	Политическое поведение и массовая коммуникация	Влияние сообщений о политиках на оценки и поведение избирателей. Политические дискуссии в Интернете. Коммуникация в Интернете и политическое поведение офлайн. Мифология в политической коммуникации.
1.8	Виртуализация коммуникации в современном мире	Особенности сетевых коммуникаций. Психологические аспекты интернет-зависимости. Агрессивное поведение в Интернете: буллинг. Просоциальное поведение в Интернете.
1.9	Психологические особенности манипуляции и противостояние манипулятивному воздействию	Манипуляция в СМИ и её особенности на уровне психических и психологических реакций. Техника конструирования имиджа и его воздействие на аудиторию. Информационная безопасность как составляющая национальной безопасности государства. Негативная трансформация СМИ и психологическая защита
2. Практические занятия		
2.1	Массовая коммуникация как объект психологического исследования	Психология массовой коммуникации: научное направление и академическая дисциплина. Массовые коммуникации как социально-психологический феномен. Особенности и функции массовых коммуникаций как вида общения. Теоретические подходы к исследованию массовых коммуникаций в психологии. Модели массовых коммуникаций. Коммуникация и общение. Средства массовой коммуникации в парадигме социальной психологии. Методы исследования и психологической экспертизы продуктов массовых коммуникаций
2.2	Психологические исследования массовой коммуникации: основные направления	Бихевиоризм: поведенческие концепции массовой коммуникации. Когнитивизм в концепциях массовой коммуникации. Гештальтпсихология в массовой коммуникации. Психоанализ и неофрейдизм. Гуманистическая психология и теории самоактуализации.
2.3	Воздействие и восприятие в сфере массовой коммуникации	Понятие, структура и виды психологического воздействия. Механизмы и методы психологического воздействия в массовых коммуникациях. Эффекты воздействия массовых коммуникаций. Проблема психологической безопасности воздействия массовых коммуникаций. Механизмы воздействия и восприятия информации. Основные эффекты массовой коммуникации. Факторы восприятия медийных текстов..
2.4	Массовые коммуникации и личность	Воздействие средств массовых коммуникаций на когнитивную сферу: формирование с их помощью образа мира; Воздействие средств массовых коммуникаций на эмоциональную сферу; Воздействие средств массовых коммуникаций на поведение человека
2.5	Массовая коммуникация и психологическое состояние аудитории	Влияние массовой коммуникации на эмоциональное состояние. Парасоциальные отношения в массовой коммуникации. Двусторонние отношения в социальных сетях. Социальный капитал в социальных сетях. Теленасилие: исследовательские подходы к современной медийной практике. Психологические последствия демонстрации сцен насилия.
2.6	Межгрупповые отношения и массовая коммуникация	Определение межгрупповых отношений. Воздействие средств массовых коммуникаций на межгрупповые отношения. Воздействие средств массовых коммуникаций на общественные и политические процессы. Влияние массовой коммуникации на агрессивное поведение. Межгрупповая враждебность в современной массовой коммуникации. Влияние массовой коммуникации на просоциальное поведение. Массовая коммуникация и улучшение межгрупповых отношений. Установка и стереотип в массовой коммуникации. Влияние стереотипов на поведение в виртуальной среде. Психология слухов и предрассудков. Рабочие группы в массовой коммуникации. Процесс вынесения решений в виртуальных группах. Факторы, влияющие на решения в виртуальных группах. Эффекты групповой дискуссии в

		виртуальных группах. Улучшение групповой дискуссии.
2.7	Политическое поведение и массовая коммуникация	Влияние сообщений о политиках на оценки и поведение избирателей. Политические дискуссии в Интернете. Коммуникация в Интернете и политическое поведение офлайн. Мифология в политической коммуникации.
2.8	Виртуализация коммуникации в современном мире	Особенности сетевых коммуникаций. Психологические аспекты интернет-зависимости. Агрессивное поведение в Интернете: буллинг. Просоциальное поведение в Интернете.
2.9	Психологические особенности манипуляции и противостояние манипулятивному воздействию	Манипуляция в СМИ и её особенности на уровне психических и психологических реакций. Техника конструирования имиджа и его воздействие на аудиторию. Информационная безопасность как составляющая национальной безопасности государства. Негативная трансформация СМИ и психологическая защита

13.2 Темы (разделы) дисциплины и виды занятий:

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Виды занятий (часов)				Всего
		Лекции	Практические	Лабораторные	Самостоятельная работа	
1	Массовая коммуникация как объект психологического исследования	2	2		2	6
2	Психологические исследования массовой коммуникации: основные направления	2	4		4	10
3	Воздействие и восприятие в сфере массовой коммуникации	2	4		4	10
4	Массовые коммуникации и личность	2	4		4	10
5	Массовая коммуникация и психологическое состояние аудитории	2	2		2	6
6	Межгрупповые отношения и массовая коммуникация	2	2		2	6
7	Политическое поведение и массовая коммуникация	2	2		2	6
8	Виртуализация коммуникации в современном мире	2	4		4	10
9	Психологические особенности манипуляции и противостояние манипулятивному воздействию	2	2		4	8
Итого		18	26		28	72

14. Методические указания по освоению дисциплины:

На самостоятельную работу студентов по учебной дисциплине «Социология» отводится 60 часа. Самостоятельная работа студентов в течение семестра предполагает изучение и конспектирование рекомендуемой преподавателем литературы по вопросам практических занятий, самостоятельное освоение понятийного аппарата.

Освоение дисциплины необходимо начинать с изучения рекомендованной литературы. Необходимо помнить, что на лекции обычно рассматривается не весь материал, а только его часть. Остальная его часть восполняется в процессе самостоятельной работы. В связи с этим работа с рекомендованной литературой обязательна. Особое внимание при этом необходимо обратить на содержание основных положений и выводов, объяснение явлений и фактов, уяснение практического приложения рассматриваемых теоретических вопросов. В процессе этой работы обучающийся должен стремиться понять и запомнить основные положения рассматриваемого материала, примеры, поясняющие его, а также разобраться в иллюстративном материале.

Заканчивать подготовку следует составлением плана (конспекта) по изучаемому материалу (вопросу). Это позволяет составить концентрированное, сжатое представление по изучаемым вопросам.

При необходимости следует обращаться за консультацией к преподавателю. Идя на консультацию, необходимо хорошо продумать вопросы, которые требуют разъяснения.

15. Перечень основной и дополнительной литературы, ресурсов интернет, необходимых для освоения дисциплины:

а) основная литература:

№ п/п	Источник
1	Двинянинова, Е. Н. Психология массовых коммуникаций : учебное пособие : [16+] / Е. Н. Двинянинова ; Поволжский государственный технологический университет. – Йошкар-Ола : Поволжский государственный технологический университет, 2018. – 156 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=494306 – Библиогр.: с. 148-152. – ISBN 978-5-8158-2008-1. – Текст : электронный.
2.	Гулевич, О. А. Психология массовой коммуникации: от газет до интернета: учебник для вузов / О. А. Гулевич. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 264 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12406-4. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/457242

б) дополнительная литература:

№ п/п	Источник
1.	Виноградова, С. М. Психология массовой коммуникации : учебник для вузов / С. М. Виноградова, Г. С. Мельник. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 443 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13985-3. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/467434
2	Никулина, С. А. Психология массовой коммуникации : учебное пособие / С. А. Никулина. – Москва : Директ-Медиа, 2014. – 170 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=235650 . – ISBN 978-5-4458-8658-7. – Текст : электронный.
3	Мандель, Б. Р. Современная психология массовых коммуникаций: история, теория, проблематика : учебное пособие : [16+] / Б. Р. Мандель. – Изд. 2-е, стер. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2019. – 438 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=443847 . – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-4499-0065-4. – DOI 10.23681/443847. – Текст : электронный.

в) базы данных, информационно-справочные и поисковые системы:

№ п/п	Источник
1	Электронно-библиотечная система «IPRbooks»: http://www.IPRbooks.ru/
2	Электронная библиотечная система Юрайт: https://biblio-online.ru/
3	Электронный каталог Научной библиотеки Воронежского государственного университета. – URL: http://www.lib.vsu.ru .
4	Официальный сайт АО "Всероссийский центр изучения общественного мнения" (ВЦИОМ): https://wciom.ru
5	Официальный сайт АНО "Левада-Центр": http://www.levada.ru

6	Журнал «Социологические исследования»: https://www.isras.ru/socis.html
7	Социологический журнал: https://www.isras.ru/Sociologicalmagazine.html
8	Журнал «Социологическая наука и социальная практика»: https://www.isras.ru/snsp.html
9	Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. - URL: https://vestnik.journ.msu.ru/about/
10	Электронный научный журнал «Медиаскоп». - URL: http://www.mediascope.ru/
11	Журнал «Коммуникология» - URL: https://www.communicology.us/
12	Журнал «Медиа. Информация. Коммуникация» - URL: http://mic.org.ru/index.php/about

16. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы:

№ п/п	Источник
1	Психология рекламы и массовых коммуникаций: программа курса и планы семинарских занятий по специальности 020400 (030301) - Психология. ДС.14 / Воронеж. гос. ун-т; сост. И.В. Романов, А.А. Меланьина .— Воронеж : ЛОП ВГУ, 2005 .— 18 с. — Библиогр. в конце тем .— <URL: http://www.lib.vsu.ru/elib/texts/method/vsu/nov05042.pdf >.

17. Информационные технологии, используемые при реализации учебной дисциплины, включая дистанционные образовательные технологии (ДОТ), электронное обучение (ЭО), смешанное обучение:

Основой использования образовательных технологий по дисциплине выступает деятельностный подход, обеспечивающий наибольшую эффективность обучения и его практико-ориентированную составляющую. В организационном отношении образовательный процесс включает в индивидуальной работе студентов с материалами по теме своего будущего магистерского исследования и данными, найденными из различных источников. В рамках лекционных и практических занятий используются вербальные, наглядные, компьютерные технологии.

Дисциплина реализуется с использованием дистанционных образовательных технологий. При освоении дисциплины, обучающие получают возможность пользоваться профессиональными базами данных, указанными в пункте «15. в)» данной программы.

18. Материально-техническое обеспечение дисциплины:

Учебная аудитория: специализированная мебель, ноутбук, проектор, Linux — Ubuntu, LibreOffice, Xnconvert, поисковая система Яндекс, Яндекс Диск. СПС "Консультант Плюс" для образования, Office Home and Student 2019 All Lng PKL OnLn CEE Only DwnLd C2R NR, WIN HOME 10 32-bit/64-bit All Lng PK Lic Online DwnLd NR, СПС "Консультант Плюс" для образования, Kaspersky Endpoint Security для бизнеса - Универсальный Russian Edition

19. Фонд оценочных средств:

19.1. Перечень компетенций с указанием этапов формирования и планируемых результатов обучения

№ п/п	Наименование раздела дисциплины (модуля)	Компетенция(и)	Индикатор(ы) достижения компетенции	Оценочные средства
1.	Массовая коммуникация как	ПК-2	ПК-2.1; ПК-2.2; ПК-2.3; ПК-2.4	Устный опрос

	объект психологического исследования			
2.	Психологические исследования массовой коммуникации: основные направления	ПК-2	ПК-2.1; ПК-2.2; ПК-2.3; ПК-2.4	Устный опрос
3	Воздействие и восприятие в сфере массовой коммуникации	ПК-2	ПК-2.1; ПК-2.2; ПК-2.3; ПК-2.4	Устный опрос
4	Массовые коммуникации и личность	ПК-2	ПК-2.1; ПК-2.2; ПК-2.3; ПК-2.4	Устный опрос
5	Массовая коммуникация и психологическое состояние аудитории	ПК-2	ПК-2.1; ПК-2.2; ПК-2.3; ПК-2.4	Устный опрос
6	Межгрупповые отношения и массовая коммуникация	ПК-2	ПК-2.1; ПК-2.2; ПК-2.3; ПК-2.4	Устный опрос
7	Политическое поведение и массовая коммуникация	ПК-2	ПК-2.1; ПК-2.2; ПК-2.3; ПК-2.4	Устный опрос
8	Виртуализация коммуникации в современном мире	ПК-2	ПК-2.1; ПК-2.2; ПК-2.3; ПК-2.4	Устный опрос
9	Психологические особенности манипуляции и противостояние манипулятивному воздействию	ПК-2	ПК-2.1; ПК-2.2; ПК-2.3; ПК-2.4	Устный опрос
Промежуточная аттестация форма контроля – зачет				Перечень вопросов

20. Типовые оценочные средства и методические материалы, определяющие процедуры оценивания

20.1. Текущий контроль успеваемости

Контроль успеваемости по дисциплине осуществляется с помощью следующих оценочных средств:

Устный опрос по следующим блокам:

<p>Психология массовой коммуникации: научное направление и академическая дисциплина. Массовые коммуникации как социально-психологический феномен. Особенности и функции массовых коммуникаций как вида общения. Теоретические подходы к исследованию массовых коммуникаций в психологии. Модели массовых коммуникаций. Коммуникация и общение. Средства массовой коммуникации в парадигме социальной психологии. Методы исследования и психологической экспертизы продуктов массовых коммуникаций</p>
<p>Бихевиоризм: поведенческие концепции массовой коммуникации. Когнитивизм в концепциях массовой коммуникации. Гештальтпсихология в массовой коммуникации. Психоанализ и неофрейдизм. Гуманистическая психология и теории самоактуализации.</p>
<p>Понятие, структура и виды психологического воздействия. Механизмы и методы психологического воздействия в массовых коммуникациях. Эффекты воздействия массовых коммуникаций. Проблема психологической безопасности воздействия массовых коммуникаций. Механизмы воздействия и восприятия информации. Основные эффекты массовой коммуникации. Факторы восприятия медийных текстов..</p>
<p>Воздействие средств массовых коммуникаций на когнитивную сферу: формирование с их помощью</p>

образа мира; Воздействие средств массовых коммуникаций на эмоциональную сферу; Воздействие средств массовых коммуникаций на поведение человека
Влияние массовой коммуникации на эмоциональное состояние. Парасоциальные отношения в массовой коммуникации. Двусторонние отношения в социальных сетях. Социальный капитал в социальных сетях. Теленасилие: исследовательские подходы к современной медийной практике. Психологические последствия демонстрации сцен насилия.
Определение межгрупповых отношений. Воздействие средств массовых коммуникаций на межгрупповые отношения. Воздействие средств массовых коммуникаций на общественные и политические процессы. Влияние массовой коммуникации на агрессивное поведение. Межгрупповая враждебность в современной массовой коммуникации. Влияние массовой коммуникации на просоциальное поведение. Массовая коммуникация и улучшение межгрупповых отношений. Установка и стереотип в массовой коммуникации. Влияние стереотипов на поведение в виртуальной среде. Психология слухов и предрассудков. Рабочие группы в массовой коммуникации. Процесс вынесения решений в виртуальных группах. Факторы, влияющие на решения в виртуальных группах. Эффекты групповой дискуссии в виртуальных группах. Улучшение групповой дискуссии.
Влияние сообщений о политиках на оценки и поведение избирателей. Политические дискуссии в Интернете. Коммуникация в Интернете и политическое поведение офлайн. Мифология в политической коммуникации.
Особенности сетевых коммуникаций. Психологические аспекты интернет-зависимости. Агрессивное поведение в Интернете: буллинг. Просоциальное поведение в Интернете.
Манипуляция в СМИ и её особенности на уровне психических и психологических реакций. Техника конструирования имиджа и его воздействие на аудиторию. Информационная безопасность как составляющая национальной безопасности государства. Негативная трансформация СМИ и психологическая защита

Критерии оценки устного ответа

“Отлично” - ответ полон и верен, комбинирует в себе информацию из лекций, источников и учебной литературы, соответствует вопросу, четко структурирован, имеет введение, основную часть и заключение; не является зачитыванием конспекта. Время, отведенное на устный ответ, не превышает 5-10 минут.

“Хорошо” - ответ соответствует вопросу, четко структурирован, не является зачитыванием конспекта. В основном раскрывает суть рассматриваемых событий и явлений, комбинирует в себе информацию из лекций, источников и/или учебной литературы. Однако ответ не полон, либо содержит небольшие погрешности; либо ответ полон, но обучающийся затрудняется ответить на дополнительные вопросы; либо ответ избыточен, обучающийся затрудняется выделить основную мысль, выходит за рамки отведенного на устный ответ времени.

“Удовлетворительно” - ответ соответствует вопросу, обучающийся обращается к конспекту более 3 раз. Ответ частично раскрывает суть, либо детали рассматриваемых событий и явлений, содержит не критические ошибки (1-2), не отвечает на дополнительные вопросы, либо отвечает на них неправильно.

“Неудовлетворительно” - ответ обучающегося не соответствует вопросу, либо соответствует вопросу, но является чтением конспекта. Обучающийся допускает более 2 значительных ошибок, не может аргументировать высказываемые положения, не может продемонстрировать навыков критического мышления.

20.2. Промежуточная аттестация

Промежуточная аттестация по дисциплине осуществляется с помощью следующих оценочных средств:

Перечень вопросов к зачету:

1. Психология массовой коммуникации: научное направление и академическая дисциплина. Массовые коммуникации как социально-психологический феномен.
2. Особенности и функции массовых коммуникаций как вида общения.
3. Теоретические подходы к исследованию массовых коммуникаций в психологии.

4. Модели массовых коммуникаций. Коммуникация и общение. Средства массовой коммуникации в парадигме социальной психологии.
5. Методы исследования и психологической экспертизы продуктов массовых коммуникаций.
6. Бихевиоризм: поведенческие концепции массовой коммуникации.
7. Когнитивизм в концепциях массовой коммуникации.
8. Гештальтпсихология в массовой коммуникации.
9. Психоанализ и неопрейдизм.
10. Гуманистическая психология и теории самоактуализации.
11. Понятие, структура и виды психологического воздействия.
12. Механизмы и методы психологического воздействия в массовых коммуникациях. Эффекты воздействия массовых коммуникаций.
13. Проблема психологической безопасности воздействия массовых коммуникаций. Механизмы воздействия и восприятия информации.
14. Основные эффекты массовой коммуникации. Факторы восприятия медийных текстов.
15. Воздействие средств массовых коммуникаций на когнитивную сферу: формирование с их помощью образа мира;
16. Воздействие средств массовых коммуникаций на эмоциональную сферу;
17. Воздействие средств массовых коммуникаций на поведение человека.
18. Парасоциальные отношения в массовой коммуникации. Двусторонние отношения в социальных сетях.
19. Социальный капитал в социальных сетях.
20. Теленасилие: исследовательские подходы к современной медийной практике. Психологические последствия демонстрации сцен насилия.
21. Определение межгрупповых отношений. Воздействие средств массовых коммуникаций на межгрупповые отношения.
22. Воздействие средств массовых коммуникаций на общественные и политические процессы.
23. Влияние массовой коммуникации на агрессивное поведение. Межгрупповая враждебность в современной массовой коммуникации.
24. Влияние массовой коммуникации на просоциальное поведение. Массовая коммуникация и улучшение межгрупповых отношений.
25. Установка и стереотип в массовой коммуникации. Влияние стереотипов на поведение в виртуальной среде.
26. Психология слухов и предрассудков.
27. Рабочие группы в массовой коммуникации. Процесс вынесения решений в виртуальных группах. Факторы, влияющие на решения в виртуальных группах.
28. Эффекты групповой дискуссии в виртуальных группах. Улучшение групповой дискуссии.
29. Влияние сообщений о политиках на оценки и поведение избирателей.
30. Политические дискуссии в Интернете. Коммуникация в Интернете и политическое поведение офлайн.
31. Мифология в политической коммуникации.
32. Особенности сетевых коммуникаций.
33. Психологические аспекты интернет-зависимости.
34. Агрессивное поведение в Интернете: буллинг.
35. Просоциальное поведение в Интернете.
36. Манипуляция в СМИ и её особенности на уровне психических и психологических реакций. Техника конструирования имиджа и его воздействие на аудиторию.
37. Информационная безопасность как составляющая национальной безопасности государства.
38. Негативная трансформация СМИ и психологическая защита

Промежуточная аттестация проводится в соответствии с Положением о промежуточной аттестации обучающихся по программам высшего образования.

Контрольно-измерительные материалы промежуточной аттестации включают в себя вопросы, позволяющие оценить уровень полученных знаний, позволяющее(ие) оценить степень сформированности умений и навыков.

Критерии оценивания компетенций	Уровень сформированности компетенций	Шкала оценок
ответ полон и верен, комбинирует в себе информацию из лекций, источников и учебной литературы, соответствует вопросу, структурирован, имеет введение, основную часть и заключение; не является зачитыванием конспекта. Время, отведенное на устный ответ, не превышает 5-10 минут.	<i>Базовый уровень</i>	<i>Зачет</i>
ответ обучающегося не соответствует вопросу, либо соответствует вопросу, но является чтением конспекта. Обучающийся допускает более 2 значительных ошибок, не может аргументировать высказываемые положения, не может продемонстрировать навыков критического мышления.		<i>Незачет</i>