


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

УТВЕРЖДАЮ
Заведующий кафедрой
социологии и политологии

Д.В. Сосунов

28.03.2024

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: Кобелева Христина Алексеевна, кандидат политических наук, старший преподаватель
7. Рекомендована: НМС исторического факультета, протокол № 3 от 28.03.2024
8. Учебный год: 2027-2028 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 объёма 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. Владеет (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 неотрейдизм. 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. |
| | Межгрупповые отношения | Определение межгрупповых отношений. Воздействие средств массовых коммуникаций на межгрупповые отношения. |

| | | | |
|--------------------------------|--|-----|--|
| 1.6 | массовая коммуникация | | <p>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.</p> <p>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.</p> |
| 1.7 | Политическое поведение массовая коммуникация | и | <p>Влияние сообщений о политиках на оценки и поведение избирателей. Политические дискуссии в Интернете. Коммуникация в Интернете и политическое поведение офлайн. Мифология в политической коммуникации.</p> |
| 1.8 | Виртуализация коммуникации | в | <p>Особенности сетевых коммуникаций. Психологические аспекты интернет-зависимости. Агрессивное поведение в Интернете: буллинг. Просоциальное поведение в Интернете.</p> |
| 1.9 | Психологические особенности манипуляции противостояние манипулятивному воздействию | и | <p>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</p> |
| 2. Практические занятия | | | |
| 2.1 | Массовая коммуникация объект психологического исследования | как | <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> |
| 2.2 | Психологические исследования массовой коммуникации: основные направления | | <p>Бихевиоризм: поведенческие концепции массовой коммуникации. Когнитивизм в концепциях массовой коммуникации. Гештальтпсихология в массовой коммуникации. Психоанализ и неофрейдизм. Гуманистическая психология и теории самоактуализации.</p> |
| 2.3 | Воздействие восприятие в сфере массовой коммуникации | и | <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> |
| 2.4 | Массовые коммуникации личность | и | <p>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 Влияние массовой коммуникации на эмоциональное состояние.</p> |
| 2.5 | Массовая коммуникация психологическое состояние аудитории | и | <p>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.</p> |
| | Межгрупповые отношения массовая коммуникация | и | <p>Определение межгрупповых отношений. Воздействие средств массовых коммуникаций на межгрупповые отношения. Воздействие средств массовых коммуникаций на общественные и политические процессы. Влияние массовой коммуникации на</p> |

| | | |
|-----|--|--|
| 2.6 | | 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. |
| 2.7 | Политическое поведение и массовая коммуникация | 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. |
| 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 | Лекции |
|-------|--|--------|
| 1 | Массовая коммуникация как объект психологического исследования | 2 |
| 2 | Психологические исследования массовой коммуникации: основные направления | 2 |
| 3 | Воздействие и восприятие в сфере массовой коммуникации | 2 |
| 4 | Массовые коммуникации и личность | 2 |
| 5 | Массовая коммуникация и психологическое состояние аудитории | 2 |
| 6 | Межгрупповые отношения и массовая коммуникация | 2 |
| 7 | Политическое поведение и массовая коммуникация | 2 |
| 8 | Виртуализация коммуникации в современном мире | 2 |
| 9 | Психологические особенности манипуляции и противостояние манипулятивному воздействию | 2 |
| | Итого | 18 |
| | | 26 |

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, обучающиеся 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 объект психологического исследования | ПК-2 | ПК-2.1; ПК-2.2; ПК-2.3; ПК-2.4 | Устный опрос |

| | | | | |
|--|--|------|--------------------------------|-------------------|
| 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:

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
Бихевиоризм: поведенческие концепции массовой коммуникации. Когнитивизм в концепциях массовой коммуникации. Гештальтпсихология в массовой коммуникации. Психоанализ и неофрейдизм. Гуманистическая психология и теории самоактуализации.

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..

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

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 неотрейдизм.
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> |

Задания раздела 20.1 рекомендуются к использованию при проведении диагностических работ с целью оценки остаточных результатов освоения данной дисциплины (знаний, умений, навыков).

