

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное учреждение
высшего профессионального образования
"Казанский (Приволжский) федеральный университет"
Отделение массовых коммуникаций



УТВЕРЖДАЮ

Проректор по образовательной деятельности КФУ

Проф. Таюрский Д.А.

_____ 20__ г.

подписано электронно-цифровой подписью

Программа дисциплины
Медиапсихология Б1.В.ОД.3

Направление подготовки: 42.04.02 - Журналистика

Профиль подготовки: Отраслевое и тематическое телевидение

Квалификация выпускника: магистр

Форма обучения: заочное

Язык обучения: русский

Автор(ы):

Шакурова А.Р.

Рецензент(ы):

Даутова Р.В.

СОГЛАСОВАНО:

Заведующий(ая) кафедрой: Даутова Р. В.

Протокол заседания кафедры No ____ от " ____ " _____ 201__ г

Учебно-методическая комиссия Института социально-философских наук и массовых коммуникаций (отделение массовых коммуникаций):

Протокол заседания УМК No ____ от " ____ " _____ 201__ г

Регистрационный No 94184116

Казань
2016

Содержание

1. Цели освоения дисциплины
2. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы
3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины /модуля
4. Структура и содержание дисциплины/ модуля
5. Образовательные технологии, включая интерактивные формы обучения
6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов
7. Литература
8. Интернет-ресурсы
9. Материально-техническое обеспечение дисциплины/модуля согласно утвержденному учебному плану

Программу дисциплины разработал(а)(и) ассистент, б/с Шакурова А.Р. Кафедра телевидения и телепроизводства Отделение массовых коммуникаций, AlbRShakurova@kpfu.ru

1. Цели освоения дисциплины

Краткая аннотация

Настоящая дисциплина предназначена для магистров 1 курса отделения журналистики Казанского федерального университета и способствует формированию у слушателей представлений медиапсихологии и психологических аспектах работы СМИ.

Профессиональная деятельность работника СМИ предполагает работу с медиаинформацией, медиакомпетенциями, медиаповедением, медиаэффектами. Медиа психология пытается понять как медиа, фактор в растущем потреблении технологий, влияет на то, как люди воспринимают, интерпретируют, отвечают на информацию, как они взаимодействуют между собой в мире, насыщенном медиа. Медиа психологи в основном фокусируются на выявлении потенциальной выгоды или негативных последствий от всех форм технологий и работают с целью продвижения и развития позитивного использования медиа и его применения на практике. Термин "медиа психология" зачастую интерпретируют неверно, у многих людей он часто ассоциируется с масс медиа, а не с технологиями. Некоторые даже полагают, что медиа психология скорее относится журналистике, например решает проблему того, как опубликовать статью. Медиа (в медиа психологии) означает "опосредованный опыт", а не в коей мере не средства массовой информации или инновации. Медиа психология применима к развитию и использованию традиционных медиа, а также ко всему спектру расширяющийся новых технологий, таких как: виртуальные миры, преувеличенная реальность, мобильные приложения и интерфейсы. (традиционные медиа: печать и радио).

Медиа психология применяет науку о психологии из различных дисциплин: когнитивная психология, маркетинга, рекламы, социальной, позитивной и нарративной психологией, наряду с нейронаукой и медицинской практикой, с целью проведения исследований, анализа и развития опосредованной практики с использованием технологий для принесения пользы обществу. Медиа психологи работают практически во всех сферах: от маркетинга, развлечений до здравоохранения и образования. Среди дисциплин, применяемых в медиа психологии, также можно встретит социальные медиа и общественное развитие, развитие онлайн обучения и среды образования в целом, развлекательный консалтинг, интерпретирование информации о психологии для распространения ее в СМИ. В ее компетенцию также входит этическое и практическое применение развивающихся технологий, таких как: виртуальная и дополненная реальность, развитие и использование технологий для медицинского применения, развитие бренда, использование метода убеждения для распространения сообщения и продакт плейсмент; теории игр, а также дизайна самих игр, как развлекательных, так и серьезных.

Дисциплина содержит некоторые темы, которые переключаются с темами, рассмотренными ранее на профильных дисциплинах по программе бакалавриата, а также на курсах психологии, этики, философии. Это придает данной дисциплине междисциплинарный характер. Таким образом, дисциплина "Медиапсихология" призвана частично аккумулировать и актуализировать уже имеющиеся у студента знания, с другой стороны усвоение новых знаний опирается на уже имеющиеся.

Цели освоения дисциплины.

Целью дисциплины "Медиапсихология" является ознакомление студентов с новой отраслью психологической науки - медиапсихологией, изучающей процессы медиапроизводства, медиапотребления, формирования медиакомпетентности и медиаиммунитета (медиазащищенности):

- сформировать у студентов научные представления о медиапсихологии, ее предметной области, принципах и направлениях исследования;
- создать у студентов целостное представление о системах массмедиа, их роли, функциях, видах в современном мире;

- рассмотреть роль культуры в функционировании массмедиа; проанализировать функции массмедиа в современной культуре;
- проанализировать социально-психологические проблемы медиакультуры как новой социальной реальности современного общества;
- обобщить достижения современных исследований в области медиапсихологии;
- ознакомить студентов с основными методами и методиками исследования эффектов массмедиа;
- сформировать аналитический подход к исследованию личности в контексте медиакультуры;
- выработать навыки эмпирического исследования;
- раскрыть психологические основы медиапроизводства и медиапотребления;
- проанализировать задачи медиаобразования в рамках формирования медиакомпетентности и медиаиммунитета.

2. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы высшего профессионального образования

Данная учебная дисциплина включена в раздел " Б1.В.ОД.3 Дисциплины (модули)" основной образовательной программы 42.04.02 Журналистика и относится к обязательные дисциплины. Осваивается на 1 курсе, 1, 2 семестры.

Место дисциплины в структуре основной образовательной программы высшего профессионального образования

Данная учебная дисциплина входит вариативную часть общенаучного цикла Б1.В.ОД.3.

Для изучения дисциплины необходимы знания, умения и компетенции, полученные студентами в результате освоения дисциплин гуманитарного, социального и общепрофессионального циклов ("Культурология", "История", "Психология", "Современный русский язык", "Введение в специальность и система средств массовой коммуникации", "Основы теории журналистики", "Основы журналистской деятельности", "Профессиональная этика журналиста", "Теория и методика тележурналистики" и др.).

Дисциплина осваивается магистрантами первого года обучения в 9 семестре. Форма итогового контроля - экзамен.

Знания, умения, навыки, формирующиеся у студента в результате освоения дисциплины:

- 1) знать основополагающие проблемы в области медиапсихологии, аспекты функционирования медиакультуры в современном обществе;
- 2) уметь самостоятельно анализировать разные теоретические подходы и концепции в области медиапсихологии, применять психологические знания в практике организации психологических медиаисследований;
- 3) должен иметь представление о структуре и составе современных знаний о медиапсихологии, ее взаимосвязях с общей и социальной психологией;
- 4) должен владеть терминологией медиапсихологии и настойчиво стремиться эффективно применять ее как в процессе изучения других дисциплин, так и, в последующем, в профессиональной деятельности;

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины /модуля

В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции:

Шифр компетенции	Расшифровка приобретаемой компетенции
ОК-1 (общекультурные компетенции)	способностью к абстрактному мышлению, анализу, синтезу

Шифр компетенции	Расшифровка приобретаемой компетенции
ПК-3 (профессиональные компетенции)	готовностью осуществлять профессиональную деятельность, основываясь на знании современных концепций массовой коммуникации и положений теории журналистики, понимании спектра функций СМИ как важнейшего социального института и средства социальной коммуникации, роли аудитории в процессе потребления и производства массовой информации
ПК-3 (профессиональные компетенции)	способностью осуществлять разработку концепции медиапроекта на базе знания современных принципов и методов медиапроектирования
ПК-4 (профессиональные компетенции)	готовностью осуществлять профессиональную деятельность, базируясь на знании современных медиасистем, их структуры, знания специфики российской и зарубежных национальных моделей СМИ
ПК-8 (профессиональные компетенции)	готовностью к самостоятельному проведению научного медиаисследования, выполнению всех необходимых его этапов, способностью выполнять исследовательскую работу, опираясь на имеющийся отечественный и зарубежный опыт в данной области
ОК-2 (общекультурные компетенции)	готовностью действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения
ОК-3 (общекультурные компетенции)	готовностью к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала
ОК-4 (общекультурные компетенции)	способностью использовать новейшие достижения в области культуры, науки, техники и технологий
ПК-5 (профессиональные компетенции)	готовностью следовать принципам создания современных медиатекстов для разных медийных платформ, способностью учитывать их специфику в профессиональной деятельности

В результате освоения дисциплины студент:

1. должен знать:

Знать основополагающие проблемы в области медиапсихологии, аспекты функционирования медиакультуры в современном обществе. Должен иметь представление о структуре и составе современных знаний о медиапсихологии, ее взаимосвязях с общей и социальной психологией.

2. должен уметь:

Уметь самостоятельно анализировать разные теоретические подходы и концепции в области медиапсихологии, применять психологические знания в практике организации психологических медиаисследований.

3. должен владеть:

Должен владеть терминологией медиапсихологии и настойчиво стремиться эффективно применять ее как в процессе изучения других дисциплин, так и, в последующем, в профессиональной деятельности.

Должен демонстрировать способность целостно представлять современные системы массмедиа, их роли, функциях, видах в современном мире. Готовность всесторонне рассматривать роль культуры в функционировании массмедиа; анализировать социально-психологические проблемы медиакультуры. Способность обобщить достижения современных исследований в области медиапсихологии и аналитический подход к исследованию личности в контексте медиакультуры через анализ задач медиаобразования в рамках формирования медиакомпетентности и медиаиммунитета.

4. Структура и содержание дисциплины/ модуля

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных(ые) единиц(ы) 108 часа(ов).

Форма промежуточного контроля дисциплины отсутствует в 1 семестре; экзамен во 2 семестре.

Суммарно по дисциплине можно получить 100 баллов, из них текущая работа оценивается в 50 баллов, итоговая форма контроля - в 50 баллов. Минимальное количество для допуска к зачету 28 баллов.

86 баллов и более - "отлично" (отл.);

71-85 баллов - "хорошо" (хор.);

55-70 баллов - "удовлетворительно" (удов.);

54 балла и менее - "неудовлетворительно" (неуд.).

4.1 Структура и содержание аудиторной работы по дисциплине/ модулю

Тематический план дисциплины/модуля

N	Раздел Дисциплины/ Модуля	Семестр	Неделя семестра	Виды и часы аудиторной работы, их трудоемкость (в часах)			Текущие формы контроля
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	
1.	Тема 1. Предметное поле медиапсихологии. Методы медиапсихологии.	1		2	3	0	эссе
2.	Тема 2. История становления и развития массмедиа. Массмедиа как психологический феномен	1		2	3	0	творческое задание
3.	Тема 3. Массмедиа и культура. Фактор культуры в медиапсихологических исследованиях.	2		2	2	0	дискуссия

N	Раздел Дисциплины/ Модуля	Семестр	Неделя семестра	Виды и часы аудиторной работы, их трудоемкость (в часах)			Текущие формы контроля
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	
4.	Тема 4. Психология медиапроизводства в поликультурном мире. Психологические основы функционирования медиа.	2		1	2	0	контрольная точка
5.	Тема 5. Психология продвижения и потребления медиапроектов. Психология восприятия и отношения к медиапроектам.	2		2	2	0	презентация
6.	Тема 6. Анализ современных исследований в области медиаэффектов. Психология медиакommunikативного взаимодействия массмедиа и молодежной аудитории.	2		0	2	0	реферат
7.	Тема 7. Медиациммунитет и медиакomпетентность как условия эффективного поведения и информационной безопасности личности в современном медиамире.	2		1	2	0	научный доклад
	Тема . Итоговая форма контроля	2		0	0	0	экзамен
	Итого			10	16	0	

4.2 Содержание дисциплины

Тема 1. Предметное поле медиапсихологии. Методы медиапсихологии. лекционное занятие (2 часа(ов)):

Взаимосвязь медиапсихологии с другими науками (социальная психология, социология, педагогика, медиаобразование, журналистика, культурология, кросс-культурная психология, психология и социология массовых коммуникаций и др.). Вклад данных наук в медиапсихологию. Предметное поле медиапсихологии. Базовые понятия. Задачи и направления медиапсихологических исследований. Категории и принципы медиапсихологии. Зарубежные и отечественные представители медиапсихологии и их вклад в развитие данной отрасли. Развитие и становление зарубежных и отечественных исследований в области медиакоммуникаций. Подходы к исследованию массмедиа (общепсихологический, социально-психологический, социологический).

практическое занятие (3 часа(ов)):

Темы для подготовки докладов и сообщений: 1. Методы исследования массовых коммуникаций. 2. Медиаметрия. 3. Рейтинг. 4. Опрос. 5. Интервью. 6. Беседа. 7. Тесты. 8. Контент-анализ. 9. Дневниковые записи. 10. Групповые дискуссии. 11. TV-метрия. 12. Дискурс-анализ. 13. Метод фокус-групп. 14. Мета-анализ.

Тема 2. История становления и развития массмедиа. Массмедиа как психологический феномен

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Возникновение и развитие СМИ. Классификация медиа. Современные виды медиа как совокупность самостоятельных видов деятельности (фотожурналистика, журналистика, радио, пресса, телевидение, книгоиздательство, интернет, фотография, кинобизнес). Каналы массмедиа. История эмпирического изучения массмедиа. Теории и модели массовых коммуникаций. Основные характеристики массовых коммуникаций. Социально-психологические функции медиа в современном обществе.

практическое занятие (3 часа(ов)):

Темы для подготовки докладов и сообщений: 1. Медиа как агент социализации. 2. Теории социализации и эффекты воздействия СМИ. 3. Роль медиа в социальном конструировании реальности. 4. Формирование стереотипов и социальных представлений в процессе массовых коммуникаций.

Тема 3. Массмедиа и культура. Фактор культуры в медиапсихологических исследованиях.

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Культура как психологический феномен, как система информации и как коммуникация. Процессы глобализации и культура. Мультимедиа как феномен культуры, средство коммуникаций и культурного обмена. Социально-психологические функции массмедиа в современной культуре и современные тенденции развития массовых коммуникаций. СМИ и культура: эффекты взаимодействия (влияние культуры на массмедиа и воздействие массмедиа на культуру). Теоретические проблемы исследования медиа в различных культурах.

практическое занятие (2 часа(ов)):

Культурные различия в медиаповедении людей. Культурная самоидентификация личности в современном медиaprостранстве. Медиамир, культурно-психологическое пространство, переходы и барьеры культурных границ личности.

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

лекционное занятие (1 часа(ов)):

Модели функционирования СМИ. Теории взаимодействия средств массовых коммуникаций и аудитории (теории ограниченного, неограниченного влияния, теория социальной ответственности СМИ, постмодернистская теория ?гипериндивидуалистической аудитории?). Изучение эффектов воздействия массмедиа на личность как основная задача медиапсихологии. Виды телевизионной продукции (новостные, аналитические, развлекательные, просветительские программы). Медиапродукция как предмет медиапсихологии. Медиапланирование как процесс определения целей и стратегий эффективного использования СМИ. Психологические методы воздействия массмедиа на аудиторию (заражение, внушение, убеждение, научение, рекламные манипулятивные техники и стратегии, PR, общественное мнение, эпатажность, мифологизация, виртуализация, сенсационность). Современные медиапродукты. Социально-психологические исследования эффективности массмедиа (удовлетворенность аудитории; изменение отношения к определенным событиям, явлениям; изменения в поведении зрителей, слушателей в пространстве определенных событий).

практическое занятие (2 часа(ов)):

Анализ факторов роста значимости СМИ в современном обществе. Двусторонняя зависимость массмедиа и аудитории. Дифференцирующие и интегрирующие медиасообщения как направленность на различные социальные группы аудитории. Социально-психологические аспекты новых информационных технологий (прямой эфир, режим ?оп-лайн? периодических изданий и т.п.). Модели медиаинститутов и их роль в социализации личности. Темы для подготовки докладов и сообщений: 1. Массмедиа как инструмент манипуляции и средство медиатерапии. 2. Психологическая типология медиатекстов (информационно-фактографические, оценочные, рационально-убеждающие, эмоционально-побуждающие, монологичные, полилогичные, реалистические, деловые, гедонистические и т.д.).

Тема 5. Психология продвижения и потребления медиапроектов. Психология восприятия и отношения к медиапроектам.

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Аудитория как объект и субъект коммуникации. Виды аудитории (потенциальная, реальная, базовая). Социально-психологические особенности различных групп аудитории: варианты медиаповедения и медиакommunikативного взаимодействия. Категория продвижения в междисциплинарных исследованиях. Продвижение медиапроектов как социально-психологический феномен. Условия, факторы, стратегии и каналы продвижения медиапроектов. Медиапотребление как результат деятельности продвижения (повышение первоначальной ценности товара без улучшения исходной качества товара). Подходы в выборе СМИ (рациональный, нормативный, межличностный). Психологические механизмы восприятия медиа (готовность, ожидание, идентификация, эмпатия, эффект эмоционального заражения). Восприятие коммуникатора аудиторией. Процессы массовизации и индивидуализации потребления медиапродуктов. Психология восприятия образов транслируемых массмедиа. Изучение потребностей и личностных ценностей аудитории. Классификация мотивов обращения личности к массмедиа. Прагматическая модель выбора СМИ. Дифференциация аудитории в соответствии с образом жизни и другими социально-психологическими характеристиками. Эффекты влияния массмедиа на личность (эффекты дезиндивидуализации личности, зависимость от массмедиа, конформизм и др.). Социально-психологические функции исследований аудитории массмедиа. Анализ эмпирических исследований восприятия коммуникаторов массмедиа. Теории влияния СМИ на аудиторию.

практическое занятие (2 часа(ов)):

Темы для подготовки докладов и сообщений: 1. Эффект Бартлета. 2. Эффект ореола. 3. Эффект реактенса. 4. Эффект привыкания. 5. Эффект Барнума. 6. Эффект насыщения. 7. Эффект бумеранга. 8. Эффект иллюзии знаний (Ноэлле-Нойманн). 9. ?Болезнь развлеченя? (Хольц-Бах). 10. ?Закон вымышленной действительности?. 11. ?Эффект третьего лица?. 12. ?Сеть удовольствий? Веннера. 13. Теория ?Управления настроением? Д. Цельмана. 14. Гипотеза ?Основного направления?. 15. ?Процессуальная модель исследования фрейминг-процессов? (Шойфелле). 16. ?Модель двухступенчатого потока коммуникации? Лазерсфельда, Берельсона и Годэ. 17. ?Культивация мнений? Г. Гербнера. 18. ?Усталость от сочувствия? (Местрович). 19. ?Модели маркетингового отклика? (когнитивные, аффективные, интегративные, модели низкой вовлеченности). 20. ?Теория унифицированных последствий?. 21. Модель оценки стимула Клауса Шерера (критерии оценки: релевантность, импликация, способность к преодолению, соответствие нормам). 22. ?Концепт содержательности СМИ? (Райс).

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

практическое занятие (2 часа(ов)):

Изучение влияния телевидения и Интернета на детей и молодежную аудиторию как приоритетное направление медиапсихологии. Влияние массмедиа на когнитивное и эмоциональное развитие молодежи. Влияние массмедиа на досуговые практики молодежи. Влияние телевидения на поведение детей. Реалити-шоу, ток-шоу, эпатажные юмористические программы для молодежи (миссия, функции). Кино: воздействия и роль в жизни молодежи. Медиа в структуре семейной жизни. Психологические особенности Интернет-культуры. Психологическое содержание понятия ?виртуальная реальность?. Психологические характеристики интернет-коммуникации. Net-мышление. Интернет и три области медиапсихологии (по П. Винтерхофф-Шпурку). Особенности эмоциональной и когнитивной сферы жителей Интернета. Исследования самооотношения и самооценки жителей Интернета. Функции и типология эффектов воздействия Интернета. Развитие личности опосредованное обучающими интернет-технологиями. Особенности самопрезентации личности в интернете.

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

лекционное занятие (1 часа(ов)):

Компетентность и психологическая культура личности. Медиакомпетентность как результат медиаобразования и свойство личности. Медиакоммуникативная компетентность, медиаграмотность, медиаобразованность, медиазащищенность: соотношение понятий. Структура и критерии медиакомпетентности. Виды грамотности и образованности в отношении к СМИ (по Майровицу). Понятие ?медиаиммунитет?. Медиакомпетентность как форма и компонент формирования культурно-психологической компетентности личности. Роль культурно-психологической компетентности в процессе осуществления медиакоммуникативного взаимодействия. Анализ программ формирования медиакомпетентности.

практическое занятие (2 часа(ов)):

Темы для подготовки докладов и сообщений: 1. Роль и функции культурно-психологической компетентности в процессе осуществления медиакоммуникативного взаимодействия. 2. Анализ программ формирования медиакомпетентности. 3. Разработка рекомендаций по развитию медиаиммунитета личности.

4.3 Структура и содержание самостоятельной работы дисциплины (модуля)

N	Раздел Дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды самостоятельной работы студентов	Трудоемкость (в часах)	Формы контроля самостоятельной работы
1.	Тема 1. Предметное поле медиапсихологии. Методы					

медиапсихологии.

1

подготовка к
эссе

10

эссе

N	Раздел Дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды самостоятельной работы студентов	Трудоемкость (в часах)	Формы контроля самостоятельной работы
5.	<p>Тема 2. История становления и развития массмедиа. Массмедиа как типология дисциплины</p> <p>Методика преподавания дисциплины</p> <p>При проведении занятий предусмотрено использование активных и интерактивных технологий (проблемно-диалоговая форма работы с внеаудиторной работой студентов. Идея многоплановости психологии знания и ее взаимодействия с областями СММ может быть реализована на курсе по преимуществу посредством использования новых информационных технологий, в частности, презентаций, видеоматериалов, структурирующие процесс развития двух областей знания и т.д.</p>			<p>подготовка к творческому заданию</p>	10	<p>творческое задание</p>
	<p>Тема 3. Массмедиа в культуре и ее взаимодействие с областями СММ</p> <p>Методика преподавания дисциплины</p> <p>Освоение курса "Медиапсихология" может вызвать серьезные затруднения у студентов по нескольким взаимобусловленным причинам. Таким как недостаточный объем базовых знаний по психологии, отсутствие широких познаний о современных СММ, их направлений деятельности, идеологической и культурной позиции, целях издания (телеканала), аудитории. Эффективными способами учебной деятельности при изучении дисциплины</p>			<p>подготовка к контрольной работе</p>	10	<p>контрольная работа</p>
	<p>Тема 4. Психология медиакоммуникации для преподавателя</p> <p>Методика преподавания дисциплины</p> <p>Освоение курса "Медиапсихология" может вызвать серьезные затруднения у студентов по нескольким взаимобусловленным причинам. Таким как недостаточный объем базовых знаний по психологии, отсутствие широких познаний о современных СММ, их направлений деятельности, идеологической и культурной позиции, целях издания (телеканала), аудитории. Эффективными способами учебной деятельности при изучении дисциплины</p>			<p>подготовка к контрольной работе</p>	10	<p>контрольная работа</p>
	<p>Тема 5. Психология медиакоммуникации</p> <p>Методика преподавания дисциплины</p> <p>Освоение курса "Медиапсихология" может вызвать серьезные затруднения у студентов по нескольким взаимобусловленным причинам. Таким как недостаточный объем базовых знаний по психологии, отсутствие широких познаний о современных СММ, их направлений деятельности, идеологической и культурной позиции, целях издания (телеканала), аудитории. Эффективными способами учебной деятельности при изучении дисциплины</p>			<p>подготовка к презентации</p>	10	<p>презентация</p>
	<p>Тема 6. Анализ медиакоммуникации</p> <p>Методика преподавания дисциплины</p> <p>Освоение курса "Медиапсихология" может вызвать серьезные затруднения у студентов по нескольким взаимобусловленным причинам. Таким как недостаточный объем базовых знаний по психологии, отсутствие широких познаний о современных СММ, их направлений деятельности, идеологической и культурной позиции, целях издания (телеканала), аудитории. Эффективными способами учебной деятельности при изучении дисциплины</p>			<p>подготовка к реферату</p>	10	<p>реферат</p>
	<p>Тема 7. Медиакоммуникация</p> <p>Методика преподавания дисциплины</p> <p>Освоение курса "Медиапсихология" может вызвать серьезные затруднения у студентов по нескольким взаимобусловленным причинам. Таким как недостаточный объем базовых знаний по психологии, отсутствие широких познаний о современных СММ, их направлений деятельности, идеологической и культурной позиции, целях издания (телеканала), аудитории. Эффективными способами учебной деятельности при изучении дисциплины</p>			<p>подготовка к докладу</p>	10	<p>доклад</p>
	<p>Итого</p>				73	

Формой контроля по курсу является экзамен. Ориентируясь на требования государственного стандарта и прилагаемый список вопросов, необходимо систематизировать знания, полученные в результате изучения лекционного материала, практических занятий, базового учебного пособия, справочной и дополнительной литературы, в процессе подготовки к семинарам, в ходе самостоятельной работы.

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

Тема 1. Предметное поле медиапсихологии. Методы медиапсихологии.

эссе , примерные темы:

Тема: "Психологическое исследование медиакультуры: проблемы и перспективы".

Тема 2. История становления и развития массмедиа. Массмедиа как психологический феномен

творческое задание , примерные вопросы:

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

Тема 3. Массмедиа и культура. Фактор культуры в медиапсихологических исследованиях.

дискуссия , примерные вопросы:

Тема: "В чем проявляются культурные различия в медиаповедении людей".

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

контрольная точка , примерные вопросы:

Промежуточный контроль проводится в виде теста.

Тема 5. Психология продвижения и потребления медиапроектов. Психология восприятия и отношения к медиапроектам.

презентация , примерные вопросы:

Темы: Анализ факторов роста значимости СМИ в современном обществе. Двусторонняя зависимость массмедиа и аудитории. Дифференцирующие и интегрирующие медиасообщения как направленность на различные социальные группы аудитории. Социально-психологические аспекты новых информационных технологий (прямой эфир, режим «он-лайн» периодических изданий и т.п.). Модели медиаинститутов и их роль в социализации личности. Массмедиа как инструмент манипуляции и средство медиатерапии. Психологическая типология медиатекстов (информационно-фактографические, оценочные, рационально-убеждающие, эмоционально-побуждающие, монологичные, полилогичные, реалистические, деловые, гедонистические и т.д.).

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

реферат , примерные темы:

Темы: 1. Эффект Бартлета. 2. Эффект ореола. 3. Эффект реактенса. 4. Эффект привыкания. 5. Эффект Барнума. 6. Эффект насыщения. 7. Эффект бумеранга. 8. Эффект иллюзии знаний (Ноэлле-Нойманн). 9. ?Болезнь развлеченя? (Хольц-Бах). 10. ?Закон вымышленной действительности?. 11. ?Эффект третьего лица?. 12. ?Сеть удовольствий? Веннера. 13. Теория ?Управления настроением? Д. Цельмана. 14. Гипотеза ?Основного направления?. 15. ?Процессуальная модель исследования фрейминг-процессов? (Шойфелле). 16. ?Модель двухступенчатого потока коммуникации? Лазерсфельда, Берельсона и Годэ. 17. ?Культивация мнений? Г. Гербнера. 18. ?Усталость от сочувствия? (Местрович). 19. ?Модели маркетингового отклика? (когнитивные, аффективные, интегративные, модели низкой вовлеченности). 20. ?Теория унифицированных последствий?. 21. Модель оценки стимула Клауса Шерера (критерии оценки: релевантность, импликация, способность к преодолению, соответствие нормам). 22. ?Концепт содержательности СМИ? (Райс).

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

научный доклад , примерные вопросы:

Темы для докладов: Психологические характеристики интернет-коммуникации. Net-мышление. Интернет и три области медиапсихологии (по П. Винтерхофф-Шпурку). Особенности эмоциональной и когнитивной сферы жителей Интернета. Исследования самооотношения и самооценки жителей Интернета. Функции и типология эффектов воздействия Интернета. Развитие личности опосредованное обучающими интернет-технологиями. Особенности самопрезентации личности в интернете. Типы компьютерной коммуникации в Интернете. Особенности образа Я жителей Интернета. Аддиктивные феномены в виртуальном пространстве (интернет-зависимость, зависимость от интернет-общения, телезависимость).

Тема . Итоговая форма контроля

Примерные вопросы к экзамену:

Экзаменационный билет состоит из двух вопросов. В свое ответе студент должен раскрыть не только знание по медиапсихологии, но и знание современного контекста СМИ, а также продемонстрировать навыки работы с проблемами медиапсихологического характера на примере СМИ.

Теоретические вопросы к экзамену:

1. Предмет, задачи и принципы медиапсихологии. Взаимосвязь медиапсихологии с другими науками.
2. Развитие и становление зарубежных и отечественных исследований в области медиакоммуникаций.
3. Современное состояние медиапсихологических исследований.
4. Методы медиапсихологии.
5. История эмпирического изучения массмедиа. Теории и модели массовых коммуникаций.
6. Социально-психологические функции медиа в современном обществе.
7. Массмедиа и культура: эффекты взаимодействия.
8. Медиакультура как социально-психологический феномен. Социальные представления о медиакультуре.
9. Психология медиакультуры в поликультурном мире. Теоретическая и практическая значимость исследования медиакультуры.
10. Перспективные направления изучения медиакультуры в рамках медиапсихологии.
11. Двусторонняя зависимость массмедиа и аудитории. Теории и эффекты влияния СМИ на аудиторию.
12. Психологические основы функционирования медиа. Психологические методы воздействия массмедиа на аудиторию.
13. Продвижение медиапроектов как социально - психологический феномен.
14. Психология восприятия медиапродукции массмедиа и отношения личности к медиапродуктам.

15. Психология потребления медиапродукции.
16. Типология аудитории. Социально-психологические особенности различных групп аудитории: варианты медиаповедения и медикоммуникативного взаимодействия.
17. Психология медиакommunikативного взаимодействия массмедиа и молодежной аудитории.
18. Влияние телевидения на когнитивное и эмоциональное развитие детей и молодежи. Эффекты телевидения.
19. Психологические особенности интернет-культуры.
20. Функции и типология эффектов воздействия Интернета.
21. Психологическое содержание понятия "виртуальная реальность". Аддитивные феномены в виртуальном пространстве.
22. Современные исследования в области медиапсихологии.
23. Медиаобразование как проблема медиапсихологии. Цели, задачи и направления медиаобразования.
24. Зарубежные и отечественные концепции медиаобразования.
25. Роль медиаобразовательных стратегий и технологий в оптимизации взаимодействия СМИ и молодежной аудитории.
26. Медиаиммунитет личности: структура и функции.
27. Роль компетентности и психологической культуры личности в современном мире информации.
28. Медиакомпетентность: структура, критерии и функции.
29. Медиакомпетентность как форма и компонент формирования культурно-психологической компетентности личности.
30. Применение медиаобразовательных технологий на практике. Программы формирования медиакомпетентности.

7.1. Основная литература:

Основная литература:

Ефимова Н. С. Основы общей психологии: Учебник / Н.С. Ефимова. - М.: ИД ФОРУМ: НИЦ Инфра-М, 2013. - 288 с. // <http://znanium.com/bookread.php?book=390603>

Крысько В. Г. Психология. Курс лекций: Учебное пособие / В.Г. Крысько. - М.: Вузовский учебник: НИЦ Инфра-М, 2013. - 251 с. // <http://znanium.com/bookread.php?book=337677>

Ступницкий, В. П. Психология [Электронный ресурс] : Учебник для бакалавров / В. П. Ступницкий, О. И. Щербакова, В. Е. Степанов. - М.: Дашков и К, 2013. - 520 с.// <http://znanium.com/bookread.php?book=430346>

Корнилов, Е. А. Массовые коммуникации на рубеже тысячелетий [Электронный ресурс] : монография / Е. А. Корнилов, Е. Е. Корнилова. - М. : Флинта : Наука, 2013. - 256 с. - ISBN 978-5-9765-1360-0 (Флинта), ISBN 978-5-02-037752-3 (Наука)// <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=455346>

Прозоров, В. В. Власть и свобода журналистики [Электронный ресурс] : учеб. пособие / В. В. Прозоров. ? 2-е изд., перераб. ? М. : Флинта : Наука, 2012. ? 240 с. - ISBN 978-5-9765-1071-5 (Флинта), ISBN 978-5-02-037431-7 (Наука)// <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=454569>

7.2. Дополнительная литература:

Дополнительная литература:

Габдреева, Г.Ш. Общая психология [Текст: электронный ресурс] : краткий конспект лекций. (Раздел. Введение в общую психологию) / Г. Ш. Габдреева ; Казан. (Приволж.) федер. ун-т, Ин-т психологии и образования, Каф. общей психологии .? Электронные данные (1 файл: 0,982 Мб) .? (Казань : Казанский федеральный университет, 2013) .? Загл. с экрана .? Для 1-го семестра 1-го курса .? Режим доступа: открытый .?

- Островский Э. В. Основы психологии: Учебное пособие / Э.В. Островский. - М.: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2012. - 268 с.: <http://znanium.com/bookread.php?book=229522>
- Крысько, В. Г. Психология и педагогика в схемах и комментариях [Электронный ресурс] : Учеб. пособие / В. Г. Крысько. - 7-е изд., перераб. и доп. - М.: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2013. - 218 с. <http://znanium.com/bookread.php?book=488267>
- Мандель Б. Р. Возрастная психология: Учебное пособие / Б.Р. Мандель. - М.: Вузовский учебник: НИЦ Инфра-М, 2012. - 352 с. <http://znanium.com/bookread.php?book=262730>
- Петровский, А.В. Психология : [учебник для студентов высших учебных заведений, обучающихся по педагогическим специальностям] / А. В. Петровский, М. Г. Ярошевский .? 8-е изд., стер. ? Москва : Академия, 2008 .? 500, [1] с
- Бадагина, Л. П. Основы общей психологии [Электронный ресурс] : учеб. пособие / Л. П. Баданина. - 2-е изд., стер. - М.: Флинта, 2012. - 448 с. <http://znanium.com/bookread.php?book=454594>
- Основы теории коммуникации: Учебное пособие / Е.А. Кожемякин. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 189 с.: 60x90 1/16. - (Высшее образование: Бакалавриат). (переплет) ISBN 978-5-16-006584-7, 500 экз.// <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=398446>
- Теория и практика массовой информации: Учебник / А.А. Марков, О.И. Молчанова, Н.В. Полякова. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 252 с.: 60x90 1/16. - (Высшее образование: Бакалавриат). ISBN 978-5-16-006505-2, 500 экз.// <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=394706>
- Тавокин, Е. П. Журналистика в информационном обществе [Электронный ресурс] : лекция / Е. П. Тавокин. - М.: Изд-во РАГС, 2005. - 32 с. - Режим доступа: <http://www.znanium.com///http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=374356>
- Лозовский, Б. Журналистика и средства массовой информации [Электронный ресурс] / Борис Лозовский. - Екатеринбург: Урал. гос. ун-т, 2007. - 306 с. - Режим доступа: <http://www.znanium.com///http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=370912>

7.3. Интернет-ресурсы:

- Исследовательский центр медиафилософии - <http://mediaphilosophy.ru/>
- Памела Ратлидж - Медиапсихология - http://www.b17.ru/article/pamela_rutledge_mediapsychology/
- Проблемы медиапсихологии - <http://www.textfighter.org/text7/49.php>
- Проблемы медиапсихологии (Сборник) - Пронина Е.Е. - <http://journ-port.ru/publ/25-1-0-544>
- Психология СМИ. Влияние СМИ. Исследование СМИ. - <http://psyfactor.org/lybr75.htm>

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины(модуля)

Освоение дисциплины "Медиапсихология" предполагает использование следующего материально-технического обеспечения:

Мультимедийная аудитория, вместимостью более 60 человек. Мультимедийная аудитория состоит из интегрированных инженерных систем с единой системой управления, оснащенная современными средствами воспроизведения и визуализации любой видео и аудио информации, получения и передачи электронных документов. Типовая комплектация мультимедийной аудитории состоит из: мультимедийного проектора, автоматизированного проекционного экрана, акустической системы, а также интерактивной трибуны преподавателя, включающей тач-скрин монитор с диагональю не менее 22 дюймов, персональный компьютер (с техническими характеристиками не ниже Intel Core i3-2100, DDR3 4096Mb, 500Gb), конференц-микрофон, беспроводной микрофон, блок управления оборудованием, интерфейсы подключения: USB, audio, HDMI. Интерактивная трибуна преподавателя является ключевым элементом управления, объединяющим все устройства в единую систему, и служит полноценным рабочим местом преподавателя. Преподаватель имеет возможность легко управлять всей системой, не отходя от трибуны, что позволяет проводить лекции, практические занятия, презентации, вебинары, конференции и другие виды аудиторной нагрузки обучающихся в удобной и доступной для них форме с применением современных интерактивных средств обучения, в том числе с использованием в процессе обучения всех корпоративных ресурсов. Мультимедийная аудитория также оснащена широкополосным доступом в сеть интернет. Компьютерное оборудование имеет соответствующее лицензионное программное обеспечение.

Освоение дисциплины "Медиапсихология" предполагает использование следующего материально-технического обеспечения: мультимедийный компьютер, мультимедиапроектор, средства телекоммуникации (электронная почта, выход в Интернет), экран.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВПО и учебным планом по направлению 42.04.02 "Журналистика" и магистерской программе Отраслевое и тематическое телевидение .

Автор(ы):

Шакурова А.Р. _____

"__" _____ 201__ г.

Рецензент(ы):

Даутова Р.В. _____

"__" _____ 201__ г.