

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

УТВЕРЖДАЮ
Декан факультета психологии
 Л.Н. Аксеновская

"30" 04 2021г.

Рабочая программа дисциплины

Экспертиза масс-медийного воздействия

Направление подготовки магистратуры
37.04.01 "Психология"

Профиль подготовки магистратуры

«Когнитивная психология»

Год начала подготовки по учебному плану 2021

Квалификация (степень) выпускника

Магистр

Форма обучения

Очная

Саратов,
2021

Статус	ФИО	Подпись	Дата
Преподаватель-разработчик	Жижина М.В.		30.04.2021
Председатель НМК	Балакирева Е.И.		30.04.2021
Заведующий кафедрой	Аксеновская Л.Н.		30.04.2021
Специалист Учебного управления			

1. Цели освоения дисциплины

Целями освоения дисциплины «Экспертиза масс-медийного воздействия» являются:

- формирование навыков квалифицированного анализа и экспертной оценки текстов медиа (печатных, визуальных, аудиальных и др.), их воздействие на человека, способность критично оценивать собственные тексты с точки зрения их информационной безопасности для общества;
- формирование представления о тесной взаимосвязи психологии и масс-медийной деятельности;
- формирование основных представлений о воздействии масс-медиа на личность и аудиторию, восприятии материалов средств массовой информации, в том числе рекламных;
- овладение инструментами и техниками проведения экспертизы масс-медийного воздействия.

2. Место дисциплины в структуре ООП

Дисциплина «Экспертиза масс-медийного воздействия» входит в Блок 1. «Дисциплины (модули)», часть, формируемую участниками образовательных отношений, учебного плана ООП и опирается на знания и умения, полученные при изучении дисциплин «Актуальные проблемы теории и практики современной психологии», «Психология понимания», «Медиапсихология».

Подготавливает необходимые знания для изучения таких дисциплин как: «Когнитивная психология личности» и «Методы и технологии психологического воздействия».

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора (индикаторов) достижения компетенции	Результаты обучения
ПК-1 Способен осуществлять скрининговые обследования (мониторинг) с целью анализа динамики психического развития, определение лиц, нуждающихся в психологической помощи; диагностировать интересы, склонности, способности детей и обучающихся, предпосылки одаренности	ПК 1.1 Демонстрирует понимание и способность выполнять критический анализ методологии и методов диагностики (мониторинга) с целью анализа динамики психического развития, определения лиц, нуждающихся в психологической помощи; диагностики интересов, склонностей, способностей детей и обучающихся, предпосылок одаренности. ПК 1.2 Планирует скрининговые обследования (мониторинг) с целью анализа динамики психического развития, определения лиц, нуждающихся в психологической помощи; диагностики интересов, склонностей, способностей детей и обучающихся, предпосылок одаренности ПК 1.3 Демонстрирует интегративные навыки планирования и осуществления скринингового обследования (мониторинга) с целью	Знать: категориальный аппарат, фиксирующий законы содержательно-формальных сторон психологического аспекта деятельности масс-медиа, приемы информационно-психологической безопасности в массовой коммуникации Уметь: использовать теоретические положения психологии масс-медиа для практического анализа и моделирования профессиональных акций, кампаний, выступлений, создания коллективного и индивидуального творческого материала; Владеть: методикой анализа журналистских и рекламных материалов с точки зрения

	анализа динамики психического развития, определения лиц, нуждающихся в психологической помощи; диагностики интересов, склонностей, способностей детей и обучающихся, предпосылок одаренности	психологического воздействия на аудиторию; категориальным аппаратом, охватывающим все содержательно-формальные стороны психологических аспектов масс-медийной деятельности;
ПК-2 Способен разрабатывать и осуществлять программы мониторинга психологической безопасности и комфортности среды проживания населения	<p>ПК 2.1 Демонстрирует понимание методологии и методики разработки и осуществления программ мониторинга психологической безопасности и комфортности среды проживания населения.</p> <p>ПК 2.2 Способен разработать научно-обоснованную программу мониторинга психологической безопасности и комфортности среды проживания населения.</p> <p>ПК 2.3 Демонстрирует интегративные навыки реализации программы мониторинга психологической безопасности и комфортности среды проживания населения</p>	<p>Знать: законы коммуникативного воздействия текстов медиа, понимать важность безопасности и принципа экологичности продуктов масс-медиа в жизни общества</p> <p>Уметь: применять методы киберпсихологии ориентироваться в этических и моральных нормах функционирования СМИ и масс-медиа, выделять эффективные методы создания масс-медийных продуктов</p> <p>Владеть: методикой анализа механизмов воздействия продукции масс-медиа; навыками анализа социальных явлений, продуктов масс-медиа в контексте комплексной гуманитарной экспертизы</p>

4. Структура и содержание дисциплины «Экспертиза масс-медийного воздействия»

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы, 72 часа.

№ п/п	Раздел дисциплины	Семе Стр	Не дел я сем ест ра	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)			Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра) Формы промежуточной аттестации (по семестрам)
				Лек.	Практические занятия		
					Общая трудоемкость	Из них –практ. подготовка	

1	Масс-медийное воздействие: объекты, задачи и направления исследования.	3	1,2	2	6	-	3	контроль самостоятельной подготовки и участия в практических занятиях
2	Экспертиза медиа-воздействия: понятие, виды и принципы.	3	1,2	2	6	-	3	контроль самостоятельной подготовки и участия в практических занятиях
3	Методы экспертизы масс-медийного воздействия.	3	3,4	4	8	4	4	контроль самостоятельной подготовки и участия в практических занятиях
4	Методики, инструменты и техники проведения экспертизы масс-медийного воздействия	3	3,4	4	8	6	4	контроль самостоятельной подготовки и участия в практических занятиях (презентация самостоятельного исследования)
5	Круглый стол: «Масс-медийное воздействие – теоретические вопросы и перспективные направления исследования»	3	5		8	2	10	Выступление на круглом столе
6	Промежуточная аттестация							Зачет с оценкой
	ИТОГО			12	36	12	24	

Содержание дисциплины «Экспертиза масс-медийного воздействия»

1. Масс-медийного воздействие: объекты, задачи и направления исследования.

Социально-психологические функции массмедиа как важнейшего института современного общества. Понятия «медиа воздействие» и «эффекты массмедиа». Феномен медиа воздействия как междисциплинарная проблема и содержание предметных областей медиапсихологии, киберпсихологии, социальной психологии, информатики, социологии, теории коммуникации, культурологии.

Современные отечественные и зарубежные подходы к пониманию медиа воздействия. Изучение эффектов воздействия массмедиа на личность как основная задача киберпсихологии. Сферы и задачи медиа-психологических исследований медиа воздействия. Возможности и границы медиа воздействия. Сложность и многоплановость эффектов медиа воздействия. Эффективность медиа воздействия. Механизмы влияния массмедиа. Цели воздействия, скорость, степень влияния и осознания степени медиа воздействия. Основные теоретические и практические направления в исследовании медиа воздействий.

Влияние медиа воздействия на сознание человека и конструирование социальной реальности. Теоретическая и практическая значимость исследований медиа воздействия.

2. Экспертиза медиа-воздействия: понятие, виды и принципы.

Экспертиза медиа воздействия: задачи и ее роль в современном информационном обществе. Основные цели и объекты проведения экспертизы масс-медийной продукции.

Экспертиза медиа воздействия в контексте проблемы психологической безопасности личности. Проблематика подготовки и переподготовки экспертов в области медиапсихологической безопасности.

Экспертиза масс-медийного воздействия как самостоятельный социальный институт гражданского общества. Требования к эксперту медиапродукции.

Актуальность исследования информационно-психологического воздействия (становление информационной цивилизации и потребности социальной практики). Экспертиза как механизм нейтрализации попыток манипулирования общественным сознанием.

Основные направления применения экспертизы информационно-психологического воздействия масс-медиа: информационные материалы, информационные кампании, конкретные СМИ (газеты, журналы, телевизионные и радиопрограммы).

Основные принципы экспертизы масс-медийного воздействия.

3. Методы экспертизы масс-медийного воздействия.

Методология анализа экспертизы масс-медийного воздействия.

Методы исследования и психологической экспертизы масс-медийного воздействия.

Подходы к исследованию медиа эффектов. Теоретические проблемы исследования механизмов, технологий и способов медиа воздействия на сознание.

Теоретическая и практическая значимость исследований медиа воздействия. Виды и цели психологических исследований масс-медийных воздействий.

Количественные и качественные методы. Эксперимент. Наблюдение. Проблема репрезентативности выборки.

Схема процедуры контент-аналитического исследования масс-медийного воздействия.

Фокус-групповые исследования информационного воздействия масс-медиа: проблема и перспективы разработки методического инструментария.

Медиаметрия. Метод семантического дифференциала. Рейтинг. Опрос. Интернет-опрос. Интервью. Беседа. Тесты.

Дневниковые записи. Групповые дискуссии. TV-метрия. Дискурс-анализ. Метод фокус-групп. Мета-анализ. Статистические методы.

Анализ эмпирических исследований масс-медийного воздействия.

4. Методики, инструменты и техники проведения экспертизы масс-медийного воздействия

Методологические и методические основы проведения экспертизы информационной продукции. Этика проведения экспертизы.

Методика проведения экспертизы масс-медийного воздействия. Модель проведения экспертизы масс-медийной продукции. Инструменты и техники проведения экспертизы масс-медийного воздействия.

Методика проверки правильности маркировки информационного продукта. Методика классификации анимационной продукции (мультфильмов) к медиа продукции в соответствии возрастной группе.

Инструменты и техники проведения экспертизы масс-медийного воздействия.

Круглый стол «Масс-медийное воздействие – теоретические вопросы и перспективные направления исследования»

Изучение масс-медийного воздействия как проблема киберпсихологии. Медиа в конструировании социальной реальности: медиамир как социально-психологическая среда формирования массового и индивидуального сознания. Основные модели объяснения медиа эффектов.

Принципы, подходы и методы медиапсихологических исследований. Теоретическая и практическая значимость исследования медиа воздействия.

Перспективные направления в исследовании медиа воздействий.

5. Образовательные технологии, применяемые при освоении дисциплины

Лекции, практические занятия (по разбору примеров с элементами планирования и обработки данных), презентация самостоятельного исследования.

Используются образовательные технологии, направленные на актуализацию творческой активности и инициативы магистров, повышение уровня их мотивации, ответственности за качество освоения образовательной программы и формирование профессиональных компетенций. Этому способствуют следующие активные инновационные методы обучения.

Проблемная лекция. Знания вводятся как «неизвестное», которое необходимо «открыть», используется прием постановки проблемы, которую в ходе изложения материала необходимо решить.

Слайд-лекция. Позволяет преобразовывать устную и письменную информацию в визуальную форму, выделяя при этом наиболее значимые и существенные элементы. На лекции используются мультимедийные презентации, к подготовке которых могут привлекаться обучающиеся.

Лекция-диалог. Создает условия для активизации диалогического общения, через реализацию субъект-субъектного общения между преподавателем и студентом, позволяет отработать навык аргументации при ответе магистрантов на проблемные вопросы. Перед проведением лекции преподаватель формулирует вопросы содержащие возможность неоднозначной трактовки изучаемых понятий, категорий, отношения к изучаемым явлениям.

Лекция – пресс-конференция. Предполагает объявление темы лекции и предложение магистрам письменно задавать вопросы преподавателю по данной теме. Вопросы формулируются в течение 5 минут. Далее преподаватель сортирует поступившие записки и читает лекцию в форме связного раскрытия темы, в процессе которого формулируются ответы на заданные вопросы.

В соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 37.04.01 «Психология» в ходе учебного процесса по освоению дисциплины в целях формирования и развития профессиональных навыков магистров предусматривается широкое использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения практических занятий – семинар-дискуссия, фокус-группа, психологическое моделирование с использованием математических методов, семинар-конференция, создание индивидуального исследовательского проекта.

Практические занятия предоставляют магистрам возможности получения опыта участия в:

- учебных дискуссиях,
- семинарах-конференциях, формирующих навык представления собственных результатов теоретического и эмпирического анализа научной информации,
- проектной деятельности развивающей способность к поиску, критическому анализу, систематизации и обобщению научной информации, к постановке целей исследования и выбору оптимальных методов и технологий их достижения.

Образовательные технологии для инвалидов и лиц с ОВЗ:

- использование индивидуальных графиков обучения и сдачи экзаменационных сессий;
- организация коллективных занятий в студенческих группах с целью оказания помощи в получении информации инвалидам и лицам с ограниченными возможностями здоровья;
- проведение индивидуальных коррекционных консультаций для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья;
- для лиц с ограничениями по слуху для облегчения усвоения материала предусматривается максимально возможная визуализация лекционного курса, в том числе широкое использование иллюстративного материала, мультимедийной техники, дублирование основных понятий и положений на слайдах;
- для лиц с ограничениями по зрению предусматривается использование крупномасштабных наглядных пособий.

Для инвалидов и лиц с ОВЗ предусмотрены следующие формы организации педагогического процесса и контроля знаний:

- для *слабовидящих*:

обеспечивается индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс;

для выполнения контрольных заданий при необходимости предоставляется увеличивающее устройство;

задания для выполнения, а также инструкция о порядке выполнения контрольных заданий оформляются увеличенным шрифтом (размер 16-20);

- для *глухих и слабослышащих*:

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

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

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

Удельный вес занятий, проводимых в интерактивных формах, составляет от 70% до 100% аудиторных занятий, что соответствует требованиям ФГОС ВО и главной цели ООП подготовки магистров по направлению «Психология».

Занятия лекционного типа для соответствующих групп студентов не могут составлять более 30% аудиторных занятий.

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

Рабочей программой дисциплины предусмотрена самостоятельная работа студентов в объеме 24 часов.

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

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

деятельности, что несомненно, будет способствовать повышению качества подготовки студентов.,

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

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

Можно использовать следующие виды контроля самостоятельной аудиторной работы:

- контроль усвоения материала на лекциях, путем проведения блиц-опросов;
- дискуссия «Эффекты масс-медийного воздействия на личность»;
- круглый стол: «Масс-медийное воздействие – теоретические вопросы и перспективные направления исследования»

6.1. Виды самостоятельной работы

Раздел / Тема дисциплины	Вид самостоятельной работы	Литература
Темы 1-4	проработка конспектов лекций и вопросов, вынесенных на самостоятельное изучение с помощью основной и дополнительной литературы	Бужин, В.Н. Медиапланирование. Теория и практика [Электронный ресурс] : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям "Реклама", "Маркетинг", "Психология", "Социология", "Журналистика" / В. Н. Бужин. - 1. - Москва : Издательство "ЮНИТИ-ДАНА", 2017.
	подготовка рефератов по определенной проблеме, теме, решение творческих заданий. Создание и защита исследовательских проектов	Жижина, М.В. Теоретические и практические вопросы медиапсихологии [Текст] / М. В. Жижина ; Саратов. нац. исслед. гос. ун-т им. Н. Г. Чернышевского. - Саратов : Издательство Саратовского университета, 2018. Человек как субъект и объект медиапсихологии [Электронный ресурс] / А. Г. Асмолов [и др.]. - Москва : Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, 2011.
Итого часов на самостоятельную работу: 24		

6.2. Вопросы для углубленного самостоятельного изучения

1. История эмпирического изучения массмедиа.
2. Теории и модели массовых коммуникаций.
3. Социально-психологические функции медиа в современном обществе.
4. Массмедиа и культура: эффекты взаимодействия.
5. Двусторонняя зависимость массмедиа и аудитории.
6. Теории и эффекты влияния СМИ на аудиторию.
7. Психологические основы функционирования медиа.
8. Психологические методы воздействия массмедиа на аудиторию.
9. Психология восприятия медиапродукции массмедиа и отношения личности к медиапродуктам.
10. Типология аудитории. Социально-психологические особенности различных групп аудитории: варианты медиаповедения и медиакommunikативного взаимодействия.
11. Психология медиакоммуникативного взаимодействия массмедиа и молодежной аудитории.
12. Влияние телевидения на когнитивное и эмоциональное развитие детей и молодежи. Эффекты телевидения.
13. Функции и типология эффектов воздействия Интернета.
14. Психологическое содержание понятия «виртуальная реальность». Аддитивные феномены в виртуальном пространстве.
15. Роль медиаобразовательных стратегий и технологий в оптимизации взаимодействия СМИ и аудитории.

ПРИМЕРНАЯ ТЕМАТИКА ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИХ ПРОЕКТОВ

1. Изучение отношения молодежи к определенным каналам (программам) телевидения и радио.
2. Нормы и ценности в реальном и виртуальном мире: восприятие и различие.
3. Медиасреда как источник социальных влияний: «остаточные эффекты», изменение социальных норм, ценностей и предпочтений.
4. Изучение особенностей медиакоммуникативного поведения студенческой молодежи.
5. Взаимосвязь личностных особенностей и мотивации обращения к медиaprостранству (Интернет – пространство, просмотру ТВ, прослушиванию радио, музыки).
6. Изучение мотивов обращения студенческой молодежи к Интернету в зависимости от личностных особенностей индивидов.
7. Влияние медиакультуры и медиаканала на формирование социального поведения личности.
8. Особенности социального поведения в виртуальной среде (аддикции, агрессия, защиты).
9. Нормы социального поведения в виртуальном пространстве (формирование виртуального контакта и правила общения в виртуальной среде).
10. Факторы и манипулятивные феномены в медиасреде.
11. Изучение социальной перцепции в Интернете.
12. Особенности социальных представлений в виртуальной среде.
13. Социальные представления о шоу-бизнесе: реальные и виртуальные ценности и предпочтения.
14. Исследование социальных представлений молодежи о роли рекламы в современном мире.
15. Манипулятивные эффекты медиакультуры: конформизм и толерантность.
16. Социальные представления о формах и причинах Интернет – аддикции.

17. Особенности и мотивация аддиктивного поведения в Интернет – пространстве.
18. Исследование социальных представлений об Интернет – собеседниках.
19. Социальный статус виртуальных партнеров в интернет – общении.
20. Представление о виртуальном партнере – формирование и особенности психологического портрета виртуального собеседника.
21. Социальные роли в виртуальных пространствах и их выбор.
22. Реальный и виртуальный образ – Я в медиасреде.
23. Психология и мотивы самопрезентации в Интернет – общении.
24. Изучение связи самопрезентации личности в Интернете с реальной идентичностью личности.
25. Исследование социальных представлений о медиакомпетентности.
26. Структура медиакомпетентности: аксиологические, когнитивные и регулятивные компоненты.
27. Функции медиакомпетентности, их реализация в поведении личности и социальные представления о них.
28. Становление медиакомпетентности: параметры, факторы, механизмы.
29. Особенности медиакommunikативного поведения студенческой молодежи: становление и измерение уровня медиакомпетентности.
30. Связь медиакомпетентности и медиаиммунитета.
31. Механизмы и содержание медиаобразования (сравнительный анализ отечественных и зарубежных культурных практик).
32. Социальные представления об особенностях виртуальных субкультур в социуме, разных социальных группах и у индивидов.
33. Восприятие медиапроектов: аксиологический анализ различных аудиторий.
34. «Психологический портрет» медиаканала в различных слушательских аудиториях.
35. Исследование медиапредпочтений молодежной аудитории.
36. Медиапредпочтения старших школьников и студентов: гендерные и возрастные особенности.
37. Исследование социальных представлений молодежи о роли рекламы в современном мире.
38. Изучение влияния современных программ и передач на формирование социального поведения личности.
39. Социализация, идентификация и индивидуация в виртуальных средах.
40. Виртуальные кумиры и герои – психология имиджа виртуальных персонажей.
41. Сравнительный анализ реальных и виртуальных факторов в регуляции социального поведения.
42. Социальная идентификация и фанаты в виртуальных средах: виды и формирование культурных практик молодежи.
43. Механизмы социальных влияний и их проявление в виртуальном мире.
44. Исследование влияния массмедиа на культурно-досуговые практики молодежи.
45. Лиминальные переходы в поликультурной виртуальной среде.
46. Отношение к участникам медиапроектов: сравнение реальной и виртуальной социальной перцепции.
47. Изучение психологического портрета потребителя медиасреды в определенной субкультурной группе.
48. Психологические механизмы продвижения медиапроектов: взгляд со стороны потребителя.

49. Психологические механизмы продвижения медиапроектов: взгляд со стороны продюсера.

50. Потребительское поведение в медиасреде: лояльность и приверженность аудитории к медиапроектам.

6.3. Порядок выполнения самостоятельной работы

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

В ходе освоения курса предполагается написание эссе на тему: «Социально-психологическое воздействие масс-медиа на современное общество и личность».

Требования к эссе

Предполагается авторская аналитическая работа, содержащая, как теоретический материал, так и эмпирический. Выстраивание системы доказательств авторских тезисов, гипотез. Сообщение должно соответствовать структуре:

Проблема (описание)

Степень изученности

Объект, предмет, цель, задачи, гипотезы.

Представление основного материала (проверка и доказательство гипотез)

Основные выводы, прогнозы, рекомендации.

Правила оформления.

10 - 15 страниц, 14 шрифт, 1 интервал, сноски постраничные (ФИО автора, название работы (статья, сборника, журнала), издательство, год, страницы. Для Интернет ресурса указываются дата и время посещения.

В рамках самостоятельной работы студент должен:

- изучать дополнительную научную литературу по проблемам масс-медийного воздействия;
- разбирать конкретные ситуации медиа воздействия на личность;
- работать с учебно-методическим материалом, самостоятельно изучать отдельные разделы дисциплины;
- анализировать информационно-психологическое воздействие, реализуемое посредством медиа.

7. Данные для учета успеваемости студентов в БАРС

Таблица 1. Таблица максимальных баллов по видам учебной деятельности.

1	2	3	4	5	6	7	8	9
Семестр	Лекции	Лабораторные занятия	Практические занятия	Самостоятельная работа	Автоматизированное тестирование	Другие виды учебной деятельности	Промежуточная аттестация	Итого
3	10	-	30	30	0	0	30	100
Итого	10	-	30	30	0	0	30	100

Программа оценивания учебной деятельности студента

3-й семестр

Лекции

Оценивается посещаемость, активность – от 0 до 10 баллов.

Лабораторные занятия

не предусмотрено

Практические занятия

Оценивается активность, полнота ответов, их правильность, уровень подготовки – от 0 до 30 баллов

Самостоятельная работа

Выполнение заданий для самостоятельной в соответствии методическими указаниями для выполнения. Оценивается правильность оформления, раскрытие вопроса, обоснованность – от 0 до 30 баллов

Автоматизированное тестирование

не предусмотрено

Другие виды учебной деятельности

Не предусмотрены

Промежуточная аттестация – экзамен от 0 до 30 баллов

24-30 баллов – ответ соответствует высокому уровню

16-23 баллов – ответ соответствует хорошему уровню

9-15 баллов – ответ соответствует удовлетворительному уровню

0-8 баллов – ответ соответствует неудовлетворительному уровню

Таким образом, максимально возможная сумма баллов за все виды учебной деятельности студента за 3 семестр по дисциплине «Экспертиза масс-медийного воздействия» составляет 100 баллов.

Таблица 2. Таблица пересчета полученной студентом суммы баллов по дисциплине «Экспертиза масс-медийного воздействия» в оценку (зачет с оценкой):

85-100 баллов	Зачтено (отлично)
75-84 балла	Зачтено (хорошо)
60-74 балла	Зачтено (удовлетворительно)
0-59 баллов	Не зачтено (не удовлетворительно)

8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины «Экспертиза масс-медийного воздействия»:

а) литература

1. Бузин В.Н. Медиапланирование. Теория и практика [Электронный ресурс]: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям "Реклама", "Маркетинг", "Психология", "Социология", "Журналистика" / В. Н. Бузин. - 1. - Москва : Издательство "ЮНИТИ-ДАНА", 2017.
3. Грачев Г. В., Грачева И. Г. Экспертиза информационно-психологического воздействия средств массовой информации: проблема и перспектива формирования экспертного сообщества // Вестник ПАГС. 2006. №11.
4. Грачев Г.В., Грачева И.Г. Фокус-групповые исследования информационного воздействия масс-медиа: проблема и перспективы разработки методического инструментария // Проблемы социальной психологии личности. Саратов: Изд-во Саратов.ун-та, 2008.
5. Жижина, М.В. Теоретические и практические вопросы медиапсихологии [Текст] / М. В. Жижина ; Саратов. нац. исслед. гос. ун-т им. Н. Г. Чернышевского. - Саратов : Издательство Саратовского университета, 2018.
6. Человек как субъект и объект медиапсихологии [Электронный ресурс] А. Г. Асмолов [и др.]. - Москва : Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, 2011. ЭБС IPRbooks

б) лицензионное программное обеспечение и Интернет-ресурсы:

Microsoft Windows 7, 8 Pro
Microsoft Office 7, 10, 13 Plus
WinRar
Adobe Acrobat Reader X
Google Chrome
Aby Fine Reader

9. Материально-техническое обеспечение дисциплины «Экспертиза масс-медийного воздействия».

Наличие специально оборудованных аудиторий для мультимедийных презентаций.

Доступ студентов к Интернет-ресурсам обеспечивается компьютерными классами факультета психологии и залом открытого доступа к Интернет-ресурсам в научной библиотеке СГУ.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению 37.04.01 «Психология» и профилю подготовки «Когнитивная психология».

Автор: доцент кафедры общей и социальной психологии М.В. Жижина

Программа одобрена на заседании кафедры общей и социальной психологии от 30 апреля 2021 года, протокол № 9