

КИЇВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ БОРИСА ГРІНЧЕНКА
Кафедра загальної, вікової та педагогічної психології

“ЗАТВЕРДЖУЮ”
Проректор з науково-методичної та
навчальної роботи
О.Б. Жильцов
“_____” _____ 2015 року



РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

ОСНОВИ МЕДІАПСИХОЛОГІЇ

(шифр і назва навчальної дисципліни)

напрямок підготовки _____

(шифр і назва напрямку підготовки)

спеціальність 7.03010301, 8.03010301 «Практична психологія»

(шифр і назва спеціальності)

спеціалізація _____

(назва спеціалізації)

інститут, факультет, відділення Інститут людини

(назва інституту, факультету, відділення)

Київ 2015

Робоча програма дисципліни «Основи медіапсихології» для студентів спеціальностей 7.03010301, 8.03010301 «Практична психологія» денної форми навчання

Розробник: Цюман Тетяна Петрівна, кандидат педагогічних наук, доцент кафедри загальної, вікової та педагогічної психології

Робочу програму схвалено на засіданні кафедри загальної, вікової та педагогічної психології

Протокол від «29» грудня 2014 року № 5

Завідувач кафедри загальної, вікової та педагогічної психології

 (О.П. Сергєєнкова)

Розподіл годин звірено з робочим планом. Структура типова.

Заступник директора Інституту людини  Н.А. Клішевич

ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА

Дана програма розроблена для студентів Інституту людини, що навчаються за спеціальністю 7.03010301, 8.03010301 «Практична психологія» освітньо-кваліфікаційного рівня «спеціаліст», «магістр». Актуальність вивчення даного курсу пов'язана із зростанням ролі медіа в житті суспільства і окремої особистості. Медіасвіт істотно змінює культурний простір сучасної людини, робить його принципово полікультурним, оскільки різні медіаканали по різному відображають і репрезентують багатогранні сторони реального світу. Прискорення темпу соціального життя, необхідність прийняття негайних рішень в умовах зростаючого обсягу інформації, загальна віртуалізація соціального середовища ставлять людину перед необхідністю освоювати все більш різноманітні за своєю природою ціннісні системи, включатися в різні культурні практики.

Медіакультура сьогодні переміщається в центр суспільного життя, проникає в економіку і політику, стає важливим соціальним інструментом впливу на колективну та індивідуальну свідомість. Вона виступає як фактор, що впливає на формування індивідуальної та групової картини світу, разом з тим, впливає на зміст системи соціальних уявлень особистості про саму медіакультуру і медіасередовище.

Зміст медіаінформації знаходить відображення в свідомості людини, впливає на її поведінку, формує ставлення до дійсності. Вивчення психологічних факторів і механізмів регуляції соціальної поведінки людини в полікультурному середовищі набуває особливої актуальності.

Значимість в наш час досліджень медіапсихологічних проблем визначається не тільки необхідністю теоретичної розробки нового для психології класу проблем, але й пов'язана з різким розширенням сфери дії масмедіа, глобальним впливом засобів масової інформації, перетворенням медіапростору в полікультурне за змістом і формою середовище, а іноді і доволі агресивне, відверто неправдиве джерело інформаційного впливу.

Медіапсихологія - це нова галузь психологічної науки, предметом якої є особистість, що розглядається в контексті сучасної медіакультури. Предметна область медіапсихології включає опис основних компонентів медіакультури, виявлення психологічних закономірностей та поведінки людини в полікультурних медіапросторах, а також вивчення психологічних феноменів і механізмів сприйняття особистістю інформації, процесів формування і функціонування медіакомпетентності особистості.

Медіапсихологія являє собою теоретичне, наукове і практичне знання, що має велике значення для галузей суспільної практики, пов'язаних з оцінкою, обліком і проектуванням психологічних аспектів взаємодії особистості і масмедіа в рамках сучасної медіакультури.

У завдання медіапсихології входить вивчення поведінки особистості, зумовленої впливом засобів індивідуальної та масової комунікації, дослідження

персональних і групових медіаефектів, аналіз впливу медіасередовища на розвиток суб'єкта, становлення особистості та психологічне самопочуття людини.

Мета курсу - ознайомити студентів з новою галуззю психологічної науки - медіапсихологією, що вивчає процеси медіавиробництва, медіаспоживання, формування медіакомпетентності і медіазахищеності.

Завдання курсу:

- сформувати у студентів наукові уявлення про медіапсихологію, її предметну область, принципи та напрямки дослідження;
- створити у студентів цілісне уявлення про системи масмедіа, їх роль, функції в сучасному світі;
- розглянути роль культури в функціонуванні масмедіа; проаналізувати функції масмедіа в сучасній культурі;
- проаналізувати соціально-психологічні проблеми медіакультури як нової соціальної реальності людського суспільства;
- узагальнити досягнення сучасних досліджень в області медіапсихології;
- ознайомити студентів з основними методами і методиками дослідження ефектів масмедіа;
- сформувати аналітичний підхід до дослідження особистості в контексті медіакультури; виробити навички емпіричного дослідження;
- розкрити психологічні основи медіавиробництва і медіаспоживання;
- проаналізувати завдання медіаосвіти в рамках формування медіакомпетентності особистості.

У результаті вивчення дисципліни студент буде:

- знати основоположні проблеми в області медіапсихології, аспекти функціонування медіакультури в сучасному суспільстві;
- вміти самостійно аналізувати різні теоретичні підходи та концепції в області медіапсихології, застосовувати психологічні знання на практиці організації психологічних медіа досліджень.

Кількість годин, відведених навчальним планом на вивчення дисципліни, становить 144 год., із них 18 год. – лекції, 18 год. – семінарські заняття, 6 год. – індивідуальна робота, 6 год. – модульний контроль, 36 год. – підготовка до іспиту.

Вивчення навчальної дисципліни "Основи медіапсихології" завершується складанням екзамену.

СТРУКТУРА ПРОГРАМИ НАВЧАЛЬНОГО КУРСУ «ОСНОВИ МЕДІАПСИХОЛОГІЇ»

I. Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	Галузь знань, напрям підготовки, освітньо-кваліфікаційний рівень	Характеристика навчальної дисципліни	
		денна форма навчання	заочна форма навчання
Кількість кредитів 4	Галузь знань «Соціально-політичні науки»	Нормативна	
Модулів – 3	Спеціальність 7.03010301, 8.03010301 «Практична психологія»	Рік підготовки	
Змістових модулів – 3		5	5
Індивідуальне науково-дослідне завдання – 1		Семестр	
Загальна кількість годин – 144		10	10
		Лекції	
Тижневих годин для денної форми навчання: аудиторних – 4, самостійної роботи спеціаліста, магістранта – 36	Освітньо-кваліфікаційний рівень: спеціаліст, магістр	18 год.	12 год.
		Практичні, семінарські	
		18 год.	4 год.
		Лабораторні	
		0 год.	0 год.
		Самостійна робота	
		60 год.	128 год.
		Індивідуальні завдання:	
		6 год.	6 год.
		Вид контролю:	
екзамен	екзамен		

II. ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

	Назви теоретичних розділів	Кількість годин							
		Разом	Аудиторних	Лекцій	Практичних	Семінарських	Індивідуальна робота	Самостійна робота	Підсумковий контроль
Змістовий модуль I.									
Медіапсихологія – нова галузь психологічної науки									
1.	Медіапсихологія як галузь психологічної науки	2	2	2					
2.	Методи медіапсихології.	3	2			2	1		
3.	Масмедіа як психологічний феномен.	2	2	2					
4.	Історія становлення і розвитку масмедіа.	2	2			2			
5.	Психологічні основи функціонування медіа	3	2	2			1		
6.	Медіапродукція як предмет медіапсихології.	2	2			2			
7.	Психологія просування та споживання медіапроектів	2	2	2					
8.	Психологічний аналіз ефектів впливу масмедіа на особистість	2	2			2			
	Модульний контроль	2	2						2
Разом		20	18	8		8	2	20	2
ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ II									
Психологічні основи медіакультури особистості									
9.	Психологічне дослідження медіакультури: проблеми та перспективи	3	2	2			1		
10.	Масмедіа і культура. Фактор культури в медіапсихологічних дослідженнях.	2	2			2			

11.	Медіакультура особистості	3	2	2			1		
	Модульний контроль	2	2						2
Разом		10	8	4		2	2	20	2
ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ III									
Психологія розвитку медіа компетентності особистості									
12.	Психологічні особливості впливу медіа на розвиток особистості	3	2	2			1		
13.	Медіа та особливості розвитку особистості	2	2			2			
14.	Медіаосвіта як проблема медіапсихології	3	2	2			1		
15.	Особливості медіаосвіти особистості	2	2			2			
16.	Медіаіммунітет і медіакомпетентність як умови ефективного поведінки та інформаційної безпеки особистості в сучасному медіапросторі	2	2	2					
17.	Медіакомпетентність особистості	2	2			2			
18.	Інформаційно-психологічна безпека особистості	2	2			2			
	Модульний контроль	2	2						2
Разом		18	16	6		8	2	20	2
Самостійна робота з підготовки до екзамену								36	
Разом за навчальним планом		144	42	18		18	6	96	6

III. ПРОГРАМА

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ I Медіапсихологія – нова галузь психологічної науки

Лекція 1. Медіапсихологія як галузь психологічної науки (2 год.)

Предмет, завдання, категорії і принципи медіапсихології. Базові поняття. Завдання та напрями медіапсихологічних досліджень. Взаємозв'язок медіапсихології з іншими науками (соціальна психологія, соціологія, педагогіка, медіаосвіта, журналістика, культурологія, кроскультурна психологія, психологія масових комунікацій та ін.) Зарубіжні та вітчизняні представники медіапсихології та їх внесок у розвиток даної галузі. Розвиток і становлення зарубіжних і вітчизняних досліджень в галузі медіакомунікацій. Сучасний стан медіапсихологічних досліджень.

Основні поняття теми: медіапсихологія, медіаосвіта, медіакультура, медіакомунікація, масмедіа.

Семінар 1. Методи медіапсихології. (2 год.)

Лекція 2. Масмедіа як психологічний феномен (2 год.)

Теорії та моделі масових комунікацій. Основні характеристики масових комунікацій. Соціально-психологічні функції медіа в сучасному суспільстві. Медіа як агент соціалізації. Теорії соціалізації та ефекти впливу ЗМІ. Роль медіа в соціальному конструюванні реальності. Формування стереотипів і соціальних уявлень в процесі масових комунікацій.

Основні поняття теми: теорії масової комунікації, функції медіа, теорії соціалізації, стереотипи, соціальні уявлення, ефекти впливу. **Семінар 2.** Історія становлення і розвитку масмедіа. (2 год.)

Лекція 3. Психологічні основи функціонування медіа (2 год.)

Теорії взаємодії засобів масових комунікацій та аудиторії (теорії обмеженого, необмеженого впливу, теорія соціальної відповідальності ЗМІ, постмодерністська теорія «гіперіндивідуалістична аудиторії»). Вивчення ефектів впливу масмедіа на особистість як основне завдання медіапсихології. Види телевізійної продукції (новинні, аналітичні, розважальні, просвітницькі програми). Медіапланування як

процес визначення цілей і стратегій ефективного використання ЗМІ. Психологічні методи впливу масмедіа на аудиторію (зараження, навіювання, переконання, научіння, рекламні маніпулятивні техніки і стратегії, громадська думка, епатажність, міфологізація, віртуалізація, сенсаційність).

Основні поняття теми: теорія обмеженого та необмеженого впливу, теорія соціальної відповідальності ЗМІ, постмодерністська теорія «гіперіндивідуалістична аудиторії», телевізійна продукція, зараження, навіювання, переконання, научіння, рекламні маніпулятивні техніки і стратегії, громадська думка, епатажність, міфологізація, віртуалізація, сенсаційність.

Семінар 3. Медіапродукція як предмет медіапсихології. (2 год.)

Лекція 4. Психологія просування та споживання медіапроектів (2 год.).

Аудиторія як об'єкт і суб'єкт комунікації. Види аудиторії (потенційна, реальна, базова). Соціально-психологічні особливості різних груп аудиторії: варіанти медіаповедінки та медіакомунікативної взаємодії. Умови, фактори, стратегії і канали просування медіапроектів. Психологічні механізми сприйняття медіа (готовність, очікування, ідентифікація, емпатія, ефект емоційного зараження). Сприйняття комунікатора аудиторією. Процеси масовізації та індивідуалізації споживання медіапродуктів. Психологія сприйняття образів, які транслюються масмедіа. Вивчення потреб і особистісних цінностей аудиторії. Класифікація мотивів звернення особистості до масмедіа. Прагматична модель вибору ЗМІ. Диференціація аудиторії відповідно до способу життя та іншими соціальнопсихологічними характеристиками.

Основні поняття теми: аудиторія, соціально-психологічні характеристики аудиторії, об'єкт та суб'єкт комунікації, медіаповедінка, масовізація, індивідуалізація ЗМІ.

Семінар 4. Психологічний аналіз ефектів впливу масмедіа на особистість (2 год.)

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ II Психологічні основи медіакультури особистості

Лекція 5. Психологічне дослідження медіакультури: проблеми та перспективи. (2 год.)

Медіакультура як соціально-психологічний феномен та особливий тип організаційної культури. Феноменологія, теорія і підходи до дослідження медіакультури. Теоретична і практична значущість досліджень медіакультури для розвитку медіапсихології. Соціально-психологічні функції медіакультури. Психологічні проблеми медіакультури як нової соціальної реальності людського суспільства (психологічний аналіз самопочуття особистості в умовах медіакультури; медіакультура як джерело соціальних уявлень; роль медіакультури у формуванні групової свідомості та ін.).

Основні поняття теми: медіа культура, медіа культура особистості, групова самосвідомість, медіалогія.

Семінар 5. Масмедіа і культура. Фактор культури в медіапсихологічних дослідженнях. (2 год.)

Лекція 6. Медіакультура особистості (2 год.).

Медіакультура окремих соціальних спільнот, соціальних систем і груп. Перспективні напрями вивчення медіакультури в рамках медіапсихології. Медіалогія як нова гуманітарна наука про еволюцію (генезис) медіакультури.

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ III Психологія розвитку медіа компетентності особистості

Лекція 7. Психологічні особливості впливу медіа на розвиток особистості (2 год.)

Вивчення впливу телебачення та Інтернету на дітей і молодь як пріоритетний напрямок медіапсихології. Вплив масмедіа на когнітивний і емоційний розвиток молоді. Вплив масмедіа на дозвілля молоді. Вплив телебачення на поведінку дітей. Реаліті-шоу, ток-шоу, епатажні гумористичні програми для молоді (місія, функції). Кіно: вплив і роль в житті молоді. Медіа в структурі сімейного життя. Психологічні особливості Інтернет культури. Психологічний зміст поняття «віртуальна реальність». Типи комп'ютерної комунікації в Інтернеті. Психологічні характеристики Інтернет комунікації. Особливості образу «Я», емоційної та когнітивної сфери користувачів Інтернету. Дослідження самоствавлення і самооцінки користувачів Інтернету. Функції та типологія ефектів впливу Інтернету. Розвиток особистості опосередковане навчальними інтернет-технологіями. Особливості самопрезентації особистості в інтернеті. Адиктивні феномени у віртуальному просторі (інтернет залежність, залежність від інтернет спілкування, телезалежність).

Основні поняття теми: Інтернет, реаліті-шоу, ток-шоу, віртуальна реальність, Інтернет-комунікація, Інтернет-технології, Інтернет залежність, залежність від інтернет спілкування, телезалежність, само презентація особистості в Інтернеті.

Семінар 6. Медіа та особливості розвитку особистості (2 год.)

Лекція 8. Медіаосвіта як проблема медіапсихології. (2 год.)

Зарубіжні і вітчизняні концепції медіаосвіти («ін'єкційна», захисна теорія; ідеологічна теорія; культурологічна теорія; семіотична теорія; теорія розвитку критичного мислення; практична теорія; естетична теорія; соціокультурна теорія та ін.). Медіаосвіта і проблема інформаційно-психологічної безпеки особистості. ЗМІ і проблема «інформаційного імунітету» (Е. Проніна). Поняття «інформаційного менталітету». Дослідження ЗМІ як медіа освітньої системи. Напрями медіаосвіти. Медіаосвітні проекти як фактор подолання соціокультурних, психологічних бар'єрів в комунікативній сфері. Роль медіаосвітніх стратегій і технологій в оптимізації взаємодії ЗМІ та молодіжної аудиторії. Застосування медіаосвітніх технологій на практиці (аналіз наявних робіт в цій області). Перспективні лінії і проблеми сучасної медіаосвіти.

Основні поняття: медіаосвіта, інформаційно-психологічна безпека особистості, інформаційний менталітет, медіа освітні технології

Семінар 7. Особливості медіаосвіти особистості (2 год.)

Лекція 9. Медіаімунітет і медіакомпетентність як умови ефективної поведінки та інформаційної безпеки особистості в сучасному медіапросторі.

(2 год.)

Компетентність та психологічна культура особистості. Медіакомпетентність як результат медіаосвіти і властивість особистості. Медіакомунікативна компетентність, медіаграмотність, медіаосвіта, медіазахищеність: співвідношення понять. Структура і критерії медіакомпетентності. Види грамотності і освіченості по відношенню до ЗМІ. Поняття «медіаімунітет». Медіакомпетентність як форма і компонент формування культурно-психологічної компетентності особистості. Роль культурно-психологічної компетентності в процесі здійснення медіакомунікативної взаємодії. Аналіз програм формування медіакомпетентності.

Основні поняття теми:

Семінар 8. Медіакомпетентність особистості (2 год.)

Семінар 9. Інформаційно-психологічна безпека особистості (2 год.)

IV. Навчально-методична карта дисципліни

«Основи медіапсихології» Разом: 144 год., лекції – 18 год., семінарські заняття – 18 год., індивідуальна робота – 6 год., самостійна робота – 60 год., модульний контроль – 6 год., підготовка до іспиту – 36 год.

Модулі	Змістовий модуль I				Змістовий модуль II		Змістовий модуль III			
Назва модуля	Медіапсихологія – нова галузь психологічної науки				Психологічні основи медіакультури особистості		Психологія розвитку медіа компетентності особистості			
Кількість балів за модуль	50				61		61			
Теми лекцій	Медіапсихологія як галузь психологічної науки 1 бал	Масмедіа як психологічний феномен 1 бал	Психологічні основи функціонування медіа 1 бал	Психологія просування та споживання медіапроектів 1 бал	Психологічне дослідження медіакультури: проблеми та перспективи 1 бал	Медіакультура особистості 1 бал	Психологічні особливості впливу медіа на розвиток особистості 1 бал	Медіаосвіта як проблема медіапсихології 1 бал	Медіаімунітет і медіакомпетентність як умови ефективної поведінки та інформаційної безпеки особистості в сучасному медіапросторі 1 бал	
Теми семінарських занять	Методи медіапсихології <i>Відвідування - 1 бал</i> <i>Робота на семінарському занятті – 10 балів</i>	Історія становлення і розвитку масмедіа <i>Відвідування - 1 бал</i> <i>Робота на семінарському занятті – 10 балів</i>	Медіапродукція як предмет медіапсихології <i>Відвідування - 1 бал</i> <i>Робота на семінарському занятті – 10 балів</i>	Психологічний аналіз ефектів впливу масмедіа на особистість <i>Відвідування - 1 бал</i> <i>Робота на семінарському занятті – 10 балів</i>	Масмедіа і культура. Фактор культури в медіапсихологічних дослідженнях <i>Відвідування - 1 бал</i> <i>Робота на семінарському занятті – 10 балів</i>	Медіа та особливості розвитку особистості <i>Відвідування - 1 бал</i> <i>Робота на семінарському занятті – 10 балів</i>	Особливості медіаосвіти особистості <i>Відвідування - 1 бал</i> <i>Робота на семінарському занятті – 10 балів</i>	Медіакомпетентність особистості <i>Відвідування - 1 бал</i> <i>Робота на семінарському занятті – 10 балів</i>	Інформаційно-психологічна безпека особистості <i>Відвідування - 1 бал</i> <i>Робота на семінарському занятті – 10 балів</i>	
ІНДЗ	30 балів									

Види поточного контролю	Модульний контроль 25 балів	Модульний контроль 25 балів	Модульний контроль 25 балів
Підсумковий контроль	ЕКЗАМЕН		
Максимальна кількість балів за курс – 202, коефіцієнт 3,4.			

V. ПЛАНИ СЕМІНАРСЬКИХ ЗАНЯТЬ

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ I Медіапсихологія – нова галузь психологічної науки

Семінар 1. Методи медіапсихології. (2 год.)

Питання для обговорення

1. Підходи до дослідження масмедіа (загальнопсихологічний, соціальнопсихологічний, соціологічний).
2. Загальна характеристика методів дослідження масових комунікацій.
3. Медіаметрія. Рейтинг. Опитування. Інтерв'ю. Бесіда. Тести. Контент-аналіз. Щоденникові записи. Групові дискусії. TV-метрія. Дискурс-аналіз. Метод фокус-груп. Мета-аналіз.

Рекомендована література

1. Ануфрієв А.Ф., Барабанщикова Т.А., Рыжкова А.Н. Психологические методики изучения личности: Практикум / Под. ред. проф. А. Ф. Ануфрієва. М.: Ось-89, 2008.
2. Богомолова Н. Н. Социальная психология массовой коммуникации. М.: Аспект Пресс, 2008.
3. Шарков Ф. И. Массовые коммуникации и медиапланирование. М.: АльфаПресс, 2008.
4. Кузнецова Ю. М., Чудова Н. В. Психология жителей Интернета. М.: Издательство «ЛКИ», 2008.
5. Терин В. П. Основные направления исследований теории массовой коммуникации // Социол. исследования. 1997. № 11. С. 25-31.

Семінар 2. Історія становлення і розвитку масмедіа. (2 год.)

Питання для обговорення

1. Виникнення і розвиток ЗМІ. Класифікація медіа. Сучасні види медіа як сукупність самостійних видів діяльності (фотожурналістика, журналістика, радіо, преса, телебачення, книговидавництво, інтернет, фотографія, кінобізнес).
2. Канали масмедіа. Історія емпіричного вивчення масмедіа.
3. Медіа як агент соціалізації.
4. Теорії соціалізації та ефекти впливу ЗМІ.

Рекомендована література

1. Березин В. М. Массовая коммуникация: сущность, каналы, действия. М.: Изд-во «РИП-Холдинг», 2004.
2. Денис Э., Мерилл Дж. Беседы о массмедиа. М., 1997.
3. Лассуэлл Г. Структура и функции коммуникации в обществе // Массовая коммуникация и общество. М., 2004. С. 233–242.
4. Мельник Г. С. Mass-media: психологические процессы и эффекты. СПб.: Вагриус, 1996.

5. Харрис Р. Психология массовых коммуникаций. СПб.: Прайм-ЕВРОЗНАК, 2003.
6. Романовский И. И. Масс-медиа. Словарь терминов и понятий. М.: Изд-во Союза журналистов России, 2004.
7. Хилько Н. Ф. Роль аудиовизуальной культуры в творческом осуществлении личности. Омск: Изд-во Сибир. ин-та культурологии, 2001.
8. Шарков Ф. И. Массовые коммуникации и медиапланирование. М.: Альфа-Пресс, 2008.
9. Шлыкова О. В. Феномен мультимедиа. Технологии эпохи электронной культуры. М.: МГУКИ, 2003.

Семинар 3. Медіапродукція як предмет медіапсихології. (2 год.)

Питання для обговорення

1. Соціально-психологічні дослідження ефективності масмедіа (задоволеність аудиторії; зміна ставлення до певних подій, явищ; зміни в поведінці глядачів, слухачів у просторі певних подій).
2. Масмедіа як інструмент маніпуляції і засіб медіатерапії.
3. Психологічна типологія медіатекстів (інформаційно-фактографічні, оціночні, раціонально-переконуючі, реалістичні, ділові, гедоністичні).
4. Соціально-психологічні аспекти нових інформаційних технологій (прямий ефір, режим «он-лайн» періодичних видань тощо).
5. Моделі медіаінститутів і їх роль у соціалізації особистості.

Рекомендована література

1. Виктор Ян В. Продвижение. Система коммуникации между предпринимателями и рынком. Харьков: Изд-во «Гуманитарный центр», 2003.
2. Лазарсфельд П., Мертон Р. Массовая коммуникация, массовые вкусы и организованное социальное действие // Массовая коммуникация и общество. М., 2004. С. 243–256.
3. Леонтьев А. А. Психолингвистическая проблематика массовой коммуникации // Психолингвистические проблемы массовой коммуникации. М., 1974. С. 46–48.
4. Мельник Г. С. Mass-media: психологические процессы и эффекты. СПб.: Вагриус, 1996.
5. Проблемы медиапсихологии / Сост. Е. Е. Пронина. М., 2002.
6. Харрис Р. Психология массовых коммуникаций. СПб.: Прайм-ЕВРОЗНАК, 2003.

Семинар 4. Психологічний аналіз ефектів впливу масмедіа на особистість (2 год.)

Питання для обговорення

1. Ефекти впливу масмедіа на особистість (ефекти дезіндивідуалізації особистості, залежність від масмедіа, конформізм та ін.).
2. Теорії впливу ЗМІ на аудиторію. Ефект Бартлета. Ефект ореолу. Ефект реактенса. Ефект звикання. Ефект Барнума. Ефект насичення. Ефект бумеранга. Ефект ілюзії знань (Ноелле-Нойманн). «Хвороба розваги» (Хольцбах). «Закон вигаданої дійсності». «Ефект третьої особи». «Мережа задоволення» Веннера. Теорія «Управління настроєм» Д. Метамана. Гіпотеза «Основного спрямування». «Процесуальна модель дослідження фреймінгпроцесів» (Шойфелле).
3. «Модель двоступеневого потоку комунікації» Лазерсфельда, Берельсона і Годе. «Культивація думок» Г. Гербнера. «Втома від співчуття» (Местровіча). «Моделі маркетингового відгуку» (когнітивні, афективні, інтегративні, моделі низької залученості). «Теорія уніфікованих наслідків».
4. Модель оцінки стимулу Клауса Шерера. «Концепт змістовності ЗМІ» (Райс).

Рекомендована література

1. Винтерхофф-Шпурк П. Медиапсихология. Основные принципы. Харьков: Изд-во гуманит. университет, 2007.
2. Жижина М. В. Структурно-функциональный анализ продвижения музыкального проекта на рынок // Российский психологический журнал. Т. 4. № 4. М., 2007. С. 63-77.
3. Иванов А. Е. Современный подход к описанию предпочтений потребителей. СПб.: СПбГЭИ, 1995.
4. Мельник Г. С. Mass-media: психологические процессы и эффекты. СПб.: Вагриус, 1996.
5. Петренко В. Ф., Пронина Е. Е. Человек на телеэкране: опыт психосемантического исследования // Психологический журнал. 1986. № 3. Т. 4.
6. Харрис Р. Психология массовых коммуникаций. СПб.: Прайм-ЕВРОЗНАК, 2003.

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ II Психологічні основи медіа культури особистості

Семінар 5. Масмедіа і культура. Фактор культури в медіапсихологічних дослідженнях. (2 год.) Питання для обговорення

1. Мультимедіа як феномен культури, засіб комунікацій і культурного обміну.
2. Соціально-психологічні функції масмедіа в сучасній культурі та сучасні тенденції розвитку масових комунікацій. ЗМІ та культура: ефекти взаємодії (вплив культури на масмедіа і вплив масмедіа на культуру).

3. Теоретичні проблеми дослідження медіа в різних культурах.
4. Культурна самоідентифікація особистості в сучасному медіа просторі.

Рекомендована література

1. Винтерхофф-Шпурк П. Медиапсихология. Основные принципы. Харьков: Издво гуманит. уиверситет, 2007.
2. Денис Э., Мерилл Дж. Беседы о массмедиа. М., 1997.
3. Кириллова Н. Б. Медиакультура: от модерна к постмодерну. М.: Академический Проект, 2006.
4. Кочетков В. В. Психология межкультурных различий. М., ПЭРСЭ, 2002.
5. Кросс-культурная психология. Исследования и применение. М., 2007.
6. Луман Н. Реальность масс-медиа. М.: Логос, 2005.
7. Марков Б. В. Человек в эпоху масс-медиа // Информационное общество. М.: АСТ, 2004. С. 454–463.
8. Мацумото Д. Психология и культура. СПб., 2002.
9. Проблемы медиапсихологии / Сост. Е. Е. Пронина. М., 2002.
10. Триандис Гарри С. Культура и социальное поведение. М.: Форум, 2007.

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ III Психологія розвитку медіа компетентності особистості Семінар 6. Медіа та особливості розвитку особистості (2 год.)

Питання для обговорення

1. Вивчення впливу телебачення та Інтернету на дитячу та молодіжну аудиторію. Вплив масмедіа на когнітивний та емоційний розвиток молоді.
2. Вплив телебачення на довіллеві практики молоді (реаліті-шоу, ток-шоу, епатажні гумористичні програми для молоді (місія, функції)).
3. Кіно: його вплив та роль в житті молоді.
4. Психологічні особливості Інтернет культури. Психологічний зміст поняття «віртуальна реальність». Типи комп'ютерної комунікації в Інтернеті. Психологічні характеристики Інтернет-комунікації, Net-мислення. Особливості образу «Я» мешканців Інтернету.

Рекомендована література

1. Войскунский А. Е. Феномен зависимости от Интернета // Гуманитарные исследования в Интернете. М., 2000.
2. Жичкина А. Е. Особенности социальной перцепции в Интернете // Мир психологии. 1999. № № 3 (19). С. 72-80.
3. Кузнецова Ю. М., Чудова Н. В. Психология жителей Интернета. М.: Издательство «ЛКИ», 2008.
4. Лемеш Д. Жертвы экрана. Влияние телевидения на развитие детей. М.: Поколение, 2007.
5. Медиа / Под ред. А. Бриггза, П. Кобли. М.: Юнити-Дана, 2005.

6. Савицкая Е. «Глобальный подросток»: результат и предпосылка культурной глобализации // Дети и культура. М., 2007. С.11–36.
7. Шапкин С. А. Компьютерная игра: новая область психологических исследований // Психологический журнал. 1999. № 1. С. 86–102.
8. Шариков А. В., Чудинова В. Детское телевидение. Взгляд социолога // Дети и культура. М., 2007.
9. Янгирова Г. Ф. Образы массовой культуры в представлениях детей 6 -7 лет о школе: Автореф. дис. ... канд. психол. наук. М., 2006.

Семінар 7. Особливості медіаосвіти особистості (2 год.)

Питання для обговорення

1. Зарубіжні та вітчизняні концепції медіаосвіти (ін'єкційна, захисна теорія, ідеологічна теорія, культурологічна теорія, семіотична теорія, теорія розвитку критичного мислення та ін..)
2. Медіаосвіта та проблема інформаційно-психологічної безпеки особистості. ЗМІ та проблема інформаційного імунітету (Е.Е. Проніна).
3. Поняття інформаційного менталітету.

Рекомендована література

1. Вартанова Е. Л., Засурский Я. Н. Медиаобразование как средство формирования информационной безопасности молодежи // Информационная и психологическая безопасность в СМИ. М., 2002. Т.1.
2. Возчиков В. А. Введение в медиаобразование. Бийск: НИЦ БиПИ, 1999.
3. Грачев Г. В. Личность и общество: информационно-психологическая безопасность и психологическая защита. М.: ПЭРСЭ, 2003.
4. Гура В. В. Медиакомпетентность как цель педагогического проектирования электронных образовательных ресурсов // Медиаобразование. 2005. № 1. С. 77–80.
5. Дзялошинский И. М. Медиаобразование: педагогическая технология или школа гражданских коммуникаций? // Медиаобразование: от теории – к практике: сб. матер. Всерос. науч.-практ. конф. 4-5 декабря 2008 / Сост. И. В. Жилавская. Томск: НОУ ВПО ТИИТ, 2008. С. 84-103.
6. Завьялов А. Н. Формирование информационной компетентности студентов в области компьютерных технологий (на примере среднего профессионального образования): Автореф. дис. ... канд. пед. наук. Тюмень, 2005.
7. Медиаобразование // Российская педагогическая энциклопедия. Т.1/ Гл. ред. В. В. Давыдов. М.: Большая Российская энциклопедия, 1993.
8. Столбникова Е. А. Медиаграмотность современных педагогов как профессиональная компетентность // Медиаобразование. 2006. № 2. С. 40–51.
9. Федоров А. В., Челышева И. В., Новикова А. А. и др. Проблемы медиаобразования (научная школа под руководством А. В. Федорова). Таганрог: Изд-во Таганрогского гос. пед. ин-та, 2007.

10. Чельшева И. В. Теория и история российского медиаобразования. Таганрог: Кучма, 2006.
11. Шариков А. В. Медиаобразование: мировой и отечественный опыт. М., 1990.

Семинар 8. Медиакомпетентность личности (2 год.)

Вопросы для обсуждения

1. Понятия психологической культуры личности.
2. Медиакомпетентность как результат медиаобразования и свойства личности.
3. Медиакоммуникативная компетентность, медиаграмотность, медиаосведомленность, медиазащитенность.
4. Структура и критерии медиакомпетентности.

Рекомендованная литература

1. Вебер В. Портфолио медиаграмотности // Информатика и образование. 2002. № 1.
2. Винтерхофф-Шпурк П. Медиапсихология. Основные принципы. Харьков: Изд-во гуманит. университета, 2007.
3. Жижина М. В. Культурно-психологическая компетентность: к определению понятия // Альманах современной науки и образования. Тамбов, 2008. С.67-71.
4. Змановская Н. Ф. Формирование медиакоммуникативной образованности будущих учителей: Автореф. дис. ... канд. пед. наук. Красноярск, 2004.
5. Коновалова Н. А. Развитие медиакультуры студентов педагогического вуза: Автореф. дис. ... канд. пед. наук. Вологда, 2004.
6. Кутькина О. П. Педагогические условия формирования медиакомпетентности будущих библиотечно-информационных специалистов: Автореф. дис. ... канд. пед. наук. Барнаул, 2006
7. Мастерман Л. Обучению языку средств массовой информации // Специалист. 1993. № 5. С. 31–37.
8. Равен Дж. Компетентность в современном обществе. Выявление, развитие и реализация / Пер. с англ. М., 2002.
9. Савельева О. А. Развитие информационной и коммуникативной компетентностей в системе информационной подготовки студентов-психологов на основе информационно-образовательной среды: Дис. ... канд. пед. наук. Красноярск, 2004.
10. Федоров А. В. Медиакомпетентность личности: от терминологии к показателям // Телекоммуникации и информатизация образования. 2007. № 3. С. 26–54.
11. Шариков А. В. Медиаобразование: мировой и отечественный опыт. М., 1990

Семинар 9. Інформаційно-психологічна безпека особистості (2 год.)

Питання для обговорення

1. Поняття інформаційно-психологічної безпеки особистості.
2. Види грамотності та освіченості по відношенню до ЗМІ.
3. Поняття медіа імунітет.
4. Особливості формування інформаційно-психологічної безпеки особистості.

Рекомендована література

1. Бергер П., Лукман Т. Социальное конструирование реальности. М.: Медиум, 1995.
2. Вебер В. Портфолио медиаграмотности // Информатика и образование. 2002. № 1.
3. Винтерхофф-Шпурк П. Медиапсихология. Основные принципы. Харьков: Изд-во гуманит. уиверситет, 2007.
4. Денис Э., Мерилл Дж. Беседы о массмедиа. М., 1997.
5. Жижина М. В. Культурно-психологическая компетентность: к определению понятия // Альманах современной науки и образования. Тамбов, 2008. С.67-71.
6. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура. М., 2000.
7. Лазарфельд П., Мертон Р. Массовая коммуникация, массовые вкусы и организованное социальное действие // Массовая коммуникация и общество. М., 2004. С. 243–256.
8. Луман Н. Реальность масс-медиа. М.: Логос, 2005.
9. Марков Б. В. Человек в эпоху масс-медиа // Информационное общество. М.: АСТ, 2004. С. 454–463.
10. Равен Дж. Компетентность в современном обществе. Выявление, развитие и реализация / Пер. с англ. М., 2002.
11. Федоров А. В. Медиакомпетентность личности: от терминологии к показателям // Телекоммуникации и информатизация образования. 2007. № 3. С. 26–54.
12. Юдина Е. Н. Медиапространство как культурная и социальная система. М.: Прометей, 2005.

VI. ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ

Провідними завданням для самостійної роботи студентів з курсу є:

- теоретичне опрацювання отриманої інформації з певної теми;
- практичне застосування отриманих знань у підготовці до практичних занять та ІНДЗ;
- постійне ведення термінологічного словника (кожний понятійно опрацьований модуль – 5 балів).

VII. ІНДИВІДУАЛЬНА НАВЧАЛЬНО-ДОСЛІДНА РОБОТА (навчальний проект)

Індивідуальна навчально-дослідна робота є видом позааудиторної індивідуальної діяльності студента результати якої використовуються у процесі вивчення програмового матеріалу навчальної дисципліни. Завершується виконання студентами ІНЗД захистом, навчального проекту.

Індивідуальне навчально-дослідне завдання (ІНДЗ) з курсу «Основи медіапсихології» – це вид науково-дослідної роботи студента, яка містить результати дослідницького пошуку, відображає певний рівень його навчальної компетентності.

Мета ІНДЗ: самостійне вивчення частини програмового матеріалу, систематизація, узагальнення, закріплення та практичне застосування знань із навчального курсу, удосконалення навичок самостійної навчально-пізнавальної діяльності.

Зміст ІНДЗ: завершена теоретична або практична робота у межах навчальної програми курсу, яка виконується на основі знань, умінь та навичок, отриманих під час лекційних, семінарських занять і охоплює декілька тем або весь зміст навчального курсу.

Види ІНДЗ, вимоги до них та оцінювання:

1. Підготовка наукових доповідей та презентацій з проблем сучасних тенденцій медіапсихологічних досліджень.
2. Складання комплекту контрольних тестових завдань з курсу «Основи медіапсихології».

Оцінка з ІНДЗ є обов'язковим балом, який враховується при підсумковому оцінюванні навчальних досягнень студентів. Студент може набрати максимальну кількість балів за ІНДЗ – 30 балів.

Орієнтовна структура ІНДЗ – науково-психологічного дослідження у вигляді доповіді та презентації: вступ, основна частина, висновки, додатки (якщо вони є), список використаних джерел. Критерії оцінювання та шкалу оцінювання подано відповідно у табл. 7.1 і 7.2.

Критерії оцінювання ІНДЗ

№	Критерії оцінювання роботи	Максимальна
п/п		кількість балів за
	кожним критерієм 1. Обґрунтування актуальності, формулювання мети, завдань 3 бали та визначення методів дослідження	
2.	Складання плану дослідження 2 бал	
3.	Критичний аналіз суті та змісту першоджерел. Виклад 5 балів фактів, ідей, результатів досліджень в логічній послідовності. Аналіз сучасного стану дослідження проблеми, розгляд тенденцій подальшого розвитку даного питання.	
4.	Дотримання правил реферуванням наукових публікацій 2 бали	
5.	Доказовість висновків, обґрунтованість власної позиції, 5 бали пропозиції щодо розв'язання проблеми, визначення перспектив дослідження	
6.	Дотримання вимог щодо технічного оформлення 3 бали структурних елементів роботи	
7.	Презентація дослідження 10	
	Разом	30 балів
	Шкала оцінювання ІНДЗ Таблиця 7.2 (науково-психологічного дослідження)	

Рівень виконання	Кількість балів, що відповідає рівню	Оцінка за традиційною системою
Високий	25-30	Відмінно
Достатній	19-24	Добре
Середній	13-18	Задовільно
Низький	0-12	Незадовільно

**Орієнтовна тематика індивідуальної навчально-дослідної роботи
з КУРСУ “ОСНОВИ МЕДІАПСИХОЛОГІЇ”**

1. Норми і цінності в реальному і віртуальному світі: сприйняття і відмінність.
2. Медіасередовище як джерело соціальних впливів: «залишкові ефекти», зміна соціальних норм, цінностей та уподобань.
3. Особливості медіакомунікативної поведінки студентської молоді.

4. Взаємозв'язок особистісних особливостей і мотивації звернення до медіапросторі (Інтернет - простору, перегляду ТБ, прослуховування радіо, музики).
5. Мотиви звернення студентської молоді до Інтернету в залежності від особистісних особливостей індивідів.
6. Вплив медіакультури і медіаканалів на формування соціальної поведінки особистості.
7. Особливості соціальної поведінки у віртуальному середовищі (аддикції, агресія, захист).
8. Норми соціальної поведінки у віртуальному просторі (формування віртуального контакту і правила спілкування у віртуальному середовищі).
9. Фактори і маніпулятивні феномени в медіасередовищі.
10. Вивчення соціальної перцепції в Інтернеті.
11. Особливості соціальних уявлень у віртуальному середовищі.
12. Соціальні уявлення про шоу-бізнес: реальні та віртуальні цінності та уподобання.
13. Дослідження соціальних уявлень молоді про роль реклами в сучасному світі.
14. Маніпулятивні ефекти медіакультури: конформізм і толерантність.
15. Соціальні уявлення про форми і причини Інтернет-адикції.
16. Особливості та мотивація адиктивної поведінки в Інтернет-просторі.
17. Дослідження соціальних уявлень про Інтернет-співрозмовника.
18. Соціальний статус віртуальних партнерів в Інтернет-спілкуванні.
19. Формування та особливості психологічного портрета віртуального співрозмовника.
20. Соціальні ролі у віртуальних просторах і їх вибір.
21. Реальний і віртуальний образ-Я в медіасередовищі.
22. Психологія і мотиви самопрезентації в Інтернет-спілкуванні.
23. Зв'язок самопрезентації особистості в Інтернеті з реальною ідентичністю особистості.
24. Соціальні уявлення про медіакомпетентності.
25. Структура медіакомпетентності: аксіологічні, когнітивні та регулятивні компоненти.
26. Функції медіакомпетентності, їх реалізація в поведінці особистості і соціальні уявлення про них.
27. Становлення медіакомпетентності: параметри, фактори, механізми.
28. Особливості медіакомунікативної поведінки студентської молоді: становлення та вимірювання рівня медіакомпетентності.
29. Зв'язок медіакомпетентності і медіаімунітету.
30. Механізми та зміст медіаосвіти (порівняльний аналіз вітчизняних та зарубіжних культурних практик).

31. Соціальні уявлення про особливості віртуальних субкультур в соціумі, різних соціальних групах та у індивідів.
32. Сприйняття медіапроектів: аксіологічний аналіз різних аудиторій.
33. «Психологічний портрет» медіаканалу в різних слухацьких аудиторіях.
34. Соціальні уявлення молоді про роль реклами в сучасному світі.
35. Вплив сучасних програм і передач на формування соціальної поведінки особистості.
36. Соціалізація та ідентифікація і у віртуальному середовищі.
37. Віртуальні кумири і герої - психологія іміджу віртуальних персонажів.
38. Порівняльний аналіз реальних і віртуальних чинників в регуляції соціальної поведінки.
39. Соціальна ідентифікація і фанати у віртуальних середовищах: види та формування культурних практик молоді.
40. Механізми соціальних впливів та їх прояв у віртуальному світі.
41. Психологічний вплив масмедіа на культурно-дозвільні практики молоді.
42. Вивчення психологічного портрету споживача медіасередовища в певній субкультурній групі.
43. Споживча поведінка в медіасередовищі: лояльність і прихильність аудиторії до медіапроектів.

VIII. СИСТЕМА ПОТОЧНОГО І ПІДСУМКОВОГО КОНТРОЛЮ ЗНАНЬ

Навчальні досягнення студентів із дисципліни «Основи медіапсихології» оцінюються за модульно-рейтинговою системою, в основу якої покладено принцип поопераційної звітності, обов'язковості модульного контролю, накопичувальної системи оцінювання рівня знань, умінь та навичок; розширення кількості підсумкових балів до 100.

Контроль успішності студентів з урахуванням поточного і підсумкового оцінювання здійснюється відповідно до навчально-методичної карти (п. IV), де зазначено види й терміни контролю

У процесі оцінювання навчальних досягнень студентів застосовуються такі методи:

- **Методи усного контролю:** індивідуальне опитування, фронтальне опитування, співбесіда..
- **Методи письмового контролю:** модульне письмове тестування; підсумкове письмове тестування, звіт, реферат, есе.
- **Методи самоконтролю:** уміння самостійно оцінювати свої знання, самоаналіз.

Порядок переведення рейтингових показників успішності у європейські оцінки ECTS

Підсумкова кількість балів (max – 100)	Оцінка за 4-бальною шкалою	Оцінка за шкалою ECTS
1 – 34	«незадовільно» (з обов'язковим повторним курсом)	F
35 – 59	«незадовільно» (з можливістю повторного складання)	FX
60 – 74	«задовільно»	ED
75 – 89	«добре»	CB
90 – 100	«відмінно»	A

Загальні критерії оцінювання успішності студентів, які отримали за 4-бальною шкалою оцінки «відмінно», «добре», «задовільно», «незадовільно», подано у табл.

Загальні критерії оцінювання навчальних досягнень студентів

Оцінка	Критерії оцінювання
«відмінно»	ставиться за повні та міцні знання матеріалу в заданому обсязі, вміння вільно виконувати практичні завдання, передбачені навчальною програмою; за знання основної та додаткової літератури; за вияв креативності у розумінні і творчому використанні набутих знань та умінь.
«добре»	ставиться за вияв студентом повних, систематичних знань із дисципліни, успішне виконання практичних завдань, засвоєння основної та додаткової літератури, здатність до самостійного поповнення та оновлення знань. Але у відповіді студента наявні незначні помилки.
«задовільно»	ставиться за вияв знання основного навчального матеріалу в обсязі, достатньому для подальшого навчання і майбутньої фахової діяльності, поверхову обізнаність з основною і додатковою літературою, передбаченою навчальною програмою; можливі суттєві помилки у виконанні практичних завдань, але студент спроможний усунути їх із допомогою викладача.
«незадовільно»	виставляється студентові, відповідь якого під час відтворення основного програмового матеріалу поверхова, фрагментарна, що зумовлюється початковими уявленнями про предмет вивчення. Таким чином, оцінка «незадовільно» ставиться студентові, який неспроможний до навчання чи виконання фахової діяльності після закінчення ВНЗ без повторного навчання за програмою відповідної дисципліни.

Кожний модуль включає бали за поточну роботу студента на семінарських, практичних заняттях, виконання самостійної роботи, індивідуальну роботу, модульну контрольну роботу.

Виконання модульних контрольних робіт здійснюється з використанням роздрукованих завдань.

Реферативні дослідження та словник понять, які виконує студент за визначеною тематикою, обговорюються та захищаються на семінарських заняттях (див. п. «Захист творчих проектів»).

Модульний контроль знань студентів здійснюється після завершення вивчення навчального матеріалу модуля.

Кількість балів за роботу з теоретичним матеріалом, на семінарських заняттях , під час виконання самостійної та індивідуальної навчально-дослідної роботи залежить від дотримання таких вимог:

- ✓ своєчасність виконання навчальних завдань;
- ✓ повний обсяг їх виконання;
- ✓ якість виконання навчальних завдань;
- ✓ самостійність виконання;
- ✓ творчий підхід у виконанні завдань;
- ✓ ініціативність у навчальній діяльності.

ПИТАННЯ ДО ПІДСУМКОВОГО КОНТРОЛЮ

1. Предмет, завдання та принципи медіапсихології. Взаємозв'язок медіапсихології з іншими науками.
2. Розвиток та становлення зарубіжних та вітчизняних досліджень у сфері медакомунікації.
3. Сучасний стан медіапсихологічних досліджень.
4. Методи медіапсихології.
5. Історія емпіричного дослідження масмедіа. Теорії та моделі масових комунікацій.
6. Соціально-психологічні функції медіа у сучасному суспільстві.
7. Масмедіа та культура: ефекти взаємодії.
8. Медіакультура як соціально-психологічний феномен. Соціальні уявлення про медіакультуру.
9. Психологія медіакультури у полікультурному світі. Теоретична та практична значимість досліджень медіакультури.
10. Перспективні напрямки вивчення медіакультури в рамках медіапсихології.
11. Теорії та ефекти впливу ЗМІ на аудиторію.
12. Психологічні основи функціонування медіа. Психологічні методи впливу масмедіа на аудиторію.
13. Просування медіапроектів як психологічний феномен.
14. Психологія сприймання масмедіа та ставлення особистості до медіапродуктів.
15. Психологія споживання медіапродукції.
16. Типологія аудиторії. Соціально-психологічні особливості різних груп аудиторії: варіанти медіаповедінки та медакомунікативної взаємодії.
17. Психологія медакомунікативної взаємодії масмедіа та молодіжної аудиторії.
18. Вплив телебачення на когнітивний та емоційний розвиток дітей та молоді. Ефекти телебачення.
19. Психологічні особливості Інтернет-культури.

20. Функції та типологія ефектів впливу Інтернету.
21. Психологічний зміст поняття “віртуальна реальність”. Адиктивні феномени в віртуальному просторі.
22. Сучасні дослідження в галузі медіапсихології.
23. Медіаосвіта як проблема медіапсихології.
24. Зарубіжні та вітчизняні концепції медіаосвіти.
25. Роль медіаосвітніх стратегій та технологій в оптимізації впливу ЗМІ на молодіжку аудиторію.
26. Медіаімунітет особистості: структура та функції.
27. Роль компетентності та психологічної культури особистості у сучасному світі інформації.
28. Медіакомпетентність: структура, критерії та функції.
29. Медіакомпетентність як форма і компонент формування культурно-психологічної компетентності особистості.
30. Особливості формування медіакомпетентності особистості.

ІХ. МЕТОДИ НАВЧАННЯ

I. Методи організації та здійснення навчально-пізнавальної діяльності 1)

За джерелом інформації:

- *Словесні*: лекція (традиційна, проблемна), семінари, пояснення, розповідь, бесіда.
- *Наочні*: ілюстрація, демонстрація.

- 2) За логікою передачі і сприймання навчальної інформації: індуктивні, дедуктивні, аналітичні, синтетичні.
- 3) За ступенем самостійності мислення: репродуктивні, пошукові, дослідницькі.
- 4) За ступенем керування навчальною діяльністю: під керівництвом викладача; самостійна робота студентів: з книгою; виконання індивідуальних навчальних проектів.

II. Методи стимулювання інтересу до навчання і мотивації навчальнопізнавальної діяльності:

- 1) Методи стимулювання інтересу до навчання: навчальні дискусії; створення ситуації пізнавальної новизни; створення ситуацій зацікавленості (метод цікавих аналогій тощо).

Матеріал курсу викладається студенту на лекційних заняттях. Готуючись до семінарських занять по додатковій літературі студент розширює своє бачення проблем, що досліджуються.

Готуючи відповіді на питання самостійної роботи студент уточнює своє розуміння матеріалу. Виконання самостійної роботи здійснюється в робочих зошитах у довільній формі.

На індивідуальних заняттях студент має можливість щодо покращення своєї оцінки отриманої на семінарі (чи не отриманої в силу різних причин) в результаті співбесіди з викладачем. У випадку недостатнього розуміння тих питань, що вивчаються, студент має змогу звернутися до викладача за роз'ясненнями на індивідуальних

2) Методи оцінювання:

Оцінюванню підлягає робота студента на семінарських заняттях (підготовка, відповідь, активність у доповненнях, опануванні чи обговоренні - дискусії), підготовка відповідей на завдання самостійної роботи, та активність пізнавального плану на індивідуальних заняттях.

Оцінюється як володіння матеріалом, так і мислительна активність студента, що виявляється в чітких формулюваннях думок та в постановці проблемних питань. При необхідності проводяться ректорські контрольні роботи, які співставляються з модульним контролем.

Студенти мають право на зарахування заліку по результатам підсумкового контролю.

X. МЕТОДИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КУРСУ

- ✓ опорні конспекти лекцій;
- ✓ навчальні посібники;
- ✓ робоча навчальна програма;
- ✓ засоби підсумкового контролю;
- ✓ завдання для самостійної роботи студентів з навчальної дисципліни «Основи медіапсихології».

XI. РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

Основна література

1. Винтерхофф-Шпурк П. Медиапсихология. Основные принципы. Харьков: Изд-во гуманит. уиверситет, 2007.
2. Жижина М. В. Медиакультура: культурно-психологические аспекты. М.: Вузовская книга, 2009.
3. Кириллова Н. Б. Медиакультура: от модерна к постмодерну. М.: Академический Проект, 2006.
4. Мельник Г. С. Mass-media: психологические процессы и эффекты. СПб.: Вагриус, 1996.
5. Медиа / Под ред. А. Бриггза, П. Кобли. М.: Юнити-Дана, 2005.
6. Проблемы медиапсихологии / Сост. Е. Е. Пронина. М., 2002.
7. Харрис Р. Психология массовых коммуникаций. СПб.: Прайм-ЕВРОЗНАК, 2003.

Додаткова література

8. Ануфриев А.Ф., Барабанщикова Т.А., Рыжкова А.Н. Психологические методики изучения личности: Практикум / Под. ред. проф. А. Ф. Ануфриева. М.: Ось-89, 2008.
9. Бабаева Ю. Б., Войскунский А. Е. Психологические последствия информатизации // Психологический журнал. 1999. № 1. С.89–100.
10. Бакусева М. Б. Телевидение как фактор формирования социальных настроений в российском обществе: Автореф. дис. ... канд. филол. наук. СПб., 2006.
11. Бальжирова Т. Ж. Интернет как средство коммуникации в условиях формирующегося в России информационного общества: Дисс. ... канд. социол. наук. Улан-Удэ, 2003.
12. Бергер П., Лукман Т. Социальное конструирование реальности. М.: Медиум, 1995.
13. Березин В. М. Массовая коммуникация: сущность, каналы, действия. М.: Изд-во «РИП-Холдинг», 2004.
14. Богомолова Н. Н. Социальная психология массовой коммуникации. М.: Аспект Пресс, 2008.
15. Болотова А. К., Жуков Ю. М., Петровская Л. А. Социальные коммуникации. М.: Гардарики, 2008.
16. Вартанова Е. Л., Засурский Я. Н. Медиаобразование как средство формирования информационной безопасности молодежи // Информационная и психологическая безопасность в СМИ. М., 2002. Т.1.
17. Вебер В. Портфолио медиаграмотности // Информатика и образование. 2002. № 1.

18. Виктор Ян В. Продвижение. Система коммуникации между предпринимателями и рынком. Харьков: Изд-во «Гуманитарный центр», 2003.
19. Возчиков В. А. Введение в медиаобразование. Бийск: НИЦ БиПИ, 1999.
20. Возчиков В. А. Философия образования и медиакультура информационного общества: Автореф. дис. ... докт. филос. наук. СПб., 2007.
21. Войскунский А. Е. Феномен зависимости от Интернета // Гуманитарные исследования в Интернете. М., 2000.
22. Герасимова С. А. Культурология и теория телекоммуникации. М.: Гардарики, 2007.
23. Грачев Г. В. Личность и общество: информационно-психологическая безопасность и психологическая защита. М.: ПЭРСЭ, 2003.
24. Григорова Д. Е. Медиаобразование и проблема информационно-психологической безопасности личности (на примере реалити-шоу) // Медиаобразование. 2006. № 3.
25. Гура В. В. Медиакомпетентность как цель педагогического проектирования электронных образовательных ресурсов // Медиаобразование. 2005. № 1. С. 77–80.
26. Денис Э., Мерилл Дж. Беседы о массмедиа. М., 1997.
27. Дзялошинский И. М. Медиаобразование: педагогическая технология или школа гражданских коммуникаций? // Медиаобразование: от теории – к практике: сб. матер. Всерос. науч.-практ. конф. 4-5 декабря 2008 / Сост. И. В. Жилавская. Томск: НОУ ВПО ТИИТ, 2008. С. 84-103.
28. Дубровский Д. И. Новая реальность: человек и компьютер // Полигнозис. 2003. № 3. С. 20–32.
29. Жичкина А. Е. Особенности социальной перцепции в Интернете // Мир психологии. 1999. № № 3 (19). С. 72-80.
30. Забродин Ю. М., Жижина М. В. Поп – культура как вид корпоративной культуры современной молодежи. // Матер. VIII Международных Плехановских чтений. М.: Изд-во РЭА, 2005.
31. Завьялов А. Н. Формирование информационной компетентности студентов в области компьютерных технологий (на примере среднего профессионального образования): Автореф. дис. ... канд. пед. наук. Тюмень, 2005.
32. Змановская Н. Ф. Формирование медиакоммуникативной образованности будущих учителей: Автореф. дис. ... канд. пед. наук. Красноярск, 2004.
33. Иванов А. Е. Современный подход к описанию предпочтений потребителей. СПб.: СПбТЭИ, 1995.
34. Иванова Л.А. Формирование медиакоммуникационной образованности школьников-подростков средствами видео (на материале уроков французского языка): Автореф. дис. ... канд. пед. наук. Иркутск, 1999.
35. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура. М., 2000.

36. Коновалова Н. А. Развитие медиакультуры студентов педагогического вуза: Автореф. дис. ... канд. пед. наук. Вологда, 2004.
37. Кросс-культурная психология. Исследования и применение. М., 2007.
38. Кузнецова Ю. М., Чудова Н. В. Психология жителей Интернета. М.: Издательство «ЛКИ», 2008.
39. Кутькина О. П. Педагогические условия формирования медиакомпетентности будущих библиотечно-информационных специалистов: Автореф. дис. ... канд. пед. наук. Барнаул, 2006
40. Лазарсфельд П., Мертон Р. Массовая коммуникация, массовые вкусы и организованное социальное действие // Массовая коммуникация и общество. М., 2004. С. 243–256.
41. Лассуэлл Г. Структура и функции коммуникации в обществе // Массовая коммуникация и общество. М., 2004. С. 233–242.
42. Леонтьев А. А. Психолингвистическая проблематика массовой коммуникации // Психолингвистические проблемы массовой коммуникации. М., 1974. С. 46–48.
43. Лемиш Д. Жертвы экрана. Влияние телевидения на развитие детей. М.: Поколение, 2007.
44. Лоскутова В. А. Интернет-зависимость как форма нехимических аддиктивных расстройств: Автореф. дис. ... канд. мед. наук. Новосибирск, 2004.
45. Луман Н. Медиакоммуникации. М.: Логос, 2005.
46. Луман Н. Реальность масс-медиа. М.: Логос, 2005.
47. Лютенс Ф. Организационное поведение. СПб.: Питер, 2000.
48. Марков Б. В. Человек в эпоху масс-медиа // Информационное общество. М.: АСТ, 2004. С. 454–463.
49. Маслов О. Р., Пронина Е. Е. Психика и реальность: типология виртуальности // Прикладная психология. 1998. № 1. С. 41–50.
50. Мастерман Л. Обучению языку средств массовой информации // Специалист. 1993. № 5. С. 31–37.
51. Мацумото Д. Психология и культура. СПб., 2002.
52. Медведева А. Е. Основы информационной культуры: (Программа курса для вузов) // Социол. исследования. 1994. № 11. С. 59–67.
53. Медиаобразование // Российская педагогическая энциклопедия. Т.1/ Гл. ред. В. В. Давыдов. М.: Большая Российская энциклопедия, 1993.
54. Мурюкина Е. В. Классификация показателей развития аудитории в области медиакультуры // Дополнительное образование. 2006. № 6. С. 39–45.
55. Новикова Л. А. Развитие межкультурной компетентности студентов педагогического университета на основе использования телекоммуникационных технологий: Автореф. дис. ... канд. пед. наук. Омск, 2007.

56. Обухова Е. В. Культурная социализация и самоидентификация хакеров: Автореф. дис. ... канд. социол. наук. М., 2004.
57. Ольховников А. В., Уварова А. А. Типология телевизионной аудитории // Социол. исследования. 1998. № 7.
58. Панарин И. Н. Технология информационной войны. М.: «КСП+», 2003.
59. Петренко В. Ф., Пронина Е. Е. Человек на телеэкране: опыт психосемантического исследования // Психологический журнал. 1986. № 3. Т. 7.
60. Петров И. Ф. Культурные потребности личности: дифференцированный подход: Автореф. дис. ... докт. филос. наук. Тюмень, 1997.
61. Пигров К. С. Телевидение, как этап в развитии виртуального пространства // Виртуальное пространство культуры. Материалы науч. конф. 11–13 апреля 2000 г. СПб., 2000. С. 31–36.
62. Почебут Л. Г. Взаимопонимание культур. Методология и методы этнической и кросскультурной психологии. Психология межэтнической толерантности. СПб.: Изд-во С.-Петербур. ун-та, 2005.
63. Пронина Е. Е. СМИ и ребенок: проблемы информационного иммунитета // Психология образования: подготовка кадров и психологическое просвещение. М., 2007. С. 415–416.
64. Равен Дж. Компетентность в современном обществе. Выявление, развитие и реализация / Пер. с англ. М., 2002.
65. Романовский И. И. Масс-медиа. Словарь терминов и понятий. М.: Изд-во Союза журналистов России, 2004.
66. Российская педагогическая энциклопедия. М., 1993.
67. Рыжих Н. П. Медиаобразование студентов педвуза на материале англоязычных экранных искусств: Автореф. дис. ... канд. пед. наук. Ростов н/Д, 2006.
68. Савельева О. А. Развитие информационной и коммуникативной компетентностей в системе информационной подготовки студентов-психологов на основе информационно-образовательной среды: Дис. ... канд. пед. наук. Красноярск, 2004.
69. Савицкая Е. «Глобальный подросток»: результат и предпосылка культурной глобализации // Дети и культура. М., 2007. С. 11–36.
70. Словарь по культуре и культурологии / Сост. и ред. А. И. Кравченко. М., 2003.
71. Сорочкин Б. Ю. Введение // Дети и культура. М., 2007. С. 7.
72. Социологический энциклопедический словарь / Под ред. акад. РАН Г. В. Осипова. М.: Норма: Инфра, 2000.
73. Спенсер Л., Спенсер С. Компетенции. Модели максимальной эффективности работы. М., 2008.
74. Столбникова Е. А. Медиаграмотность современных педагогов как профессиональная компетентность // Медиаобразование. 2006. № 2. С. 40–51.
75. Телевизионные и рекламные коммуникации / Под. ред. А. И. Донцова, Я.

Н. Засурского, Л. В. Матвеевой, А. И. Подольского. М.: Аспект Пресс, 2002.

76. Терин В. П. Основные направления исследований теории массовой коммуникации // Социол. исследования. 1997. № 11. С. 25-31.

77. Триандис Гарри С. Культура и социальное поведение. М.: Форум, 2007.

78. Федоров А. В. Медиакомпетентность личности: от терминологии к показателям // Телекоммуникации и информатизация образования. 2007. № 3. С. 26–54.

79. Федоров А. В., Новикова А. А., Челышева И. В., Каруна И. А. Медиаграмотность будущих педагогов в свете модернизации образовательного процесса в России. Таганрог: Изд-во Таганрогского гос. пед. ин-та, 2004.

80. Федоров А. В., Челышева И. В., Новикова А. А. и др. Проблемы медиаобразования (научная школа под руководством А.В. Федорова). Таганрог: Изд-во Таганрогского гос. пед. ин-та, 2007.

81. Фирсов Б. М. Телевидение глазами социолога. М., 1971.

82. Форман Н., Вильсон П. Использование виртуальной реальности в психологических исследованиях // Психологический журнал. 1996. № 2. С. 64-79.

83. Хилько Н. Ф. Роль аудиовизуальной культуры в творческом осуществлении личности. Омск: Изд-во Сибир. ин-та культурологии, 2001.

84. Челышева И. В. Теория и история российского медиаобразования. Таганрог: Кучма, 2006.

85. Чудинова В. П. Детское чтение. Негативные последствия развития медиасреды // Дети и культура. М., 2007.

86. Чудова Н. В. Особенности образам Я «жителя» Интернета // Психологический журнал. 2002. № 1. С. 54-59.

87. Шапкин С. А. Компьютерная игра: новая область психологических исследований // Психологический журнал. 1999. № 1. С. 86–102.

88. Шариков А. В. Медиаобразование: мировой и отечественный опыт. М., 1990.

89. Шариков А. В., Чудинова В. Детское телевидение. Взгляд социолога. // Дети и культура. М., 2007.

90. Шарков Ф. И. Массовые коммуникации и медиапланирование. М.: АльфаПресс, 2008.

91. Шлыкова О. В. Феномен мультимедиа. Технологии эпохи электронной культуры. М.: МГУКИ, 2003.

92. Юдина Е. Н. Медиапространство как культурная и социальная система. М.: Прометей, 2005.

93. Янгирова Г. Ф. Образы массовой культуры в представлениях детей 6 -7 лет о школе: Автореф. дис. ... канд. психол. наук. М., 2006.

94. Armstrong M. Handbook of personnel management practice. NY., 1998.

95. Gelder K. The Subcultures Reader. London; N. Y., 1997.

96. Gerbner G., Educators, Activists Organize to Promote Media Literacy in U.S. In: *The New Citizen*, 1995. Vol. 2. № 2.
97. Gilmore M. *Night Beat: A Shadow History of Rock & Roll*. Gil. N.Y., 1998.
98. Grot S. *LSD Psychotherapy*. Pomona., 1980.
99. Fiske J. *Television Culture*. London, 1988.
100. Luhmann N. *The Future Cannot Begin: Temporal Structures in Modern Society* // *Social Research*. 1976. № 43. pp.130–152.
101. Marsh I. *Making Sense of Society: An Introduction to Sociology* London; N.Y., 1969.
102. Silverblatt, A. *Media Literacy*. Westport, Connecticut-London: Praeger, 2001.
103. Worsnop C. M. *Media Literacy Through Critical Thinking*. NW Center for Excellence in Media Literacy, 2004. pp. 57–59.
104. <http://www.unesco.ru/rus/pages/bythemes/stasya29062005124316.php>
105. <http://www.ifap.ru>
106. <http://www.mediaeducation.boom.ru>

Робоча програма навчальної дисципліни

Основи медіапсихології

за вимогами кредитно-модульної системи організації навчального процесу для студентів денної форми навчання за напрямом професійної підготовки «Практична психологія»

Укладач – Цюман Тетяна Петрівна, доцент кафедри загальної, вікової та педагогічної психології КУ імені Бориса Грінченка, кандидат педагогічних наук, доцент

Основи медіапсихології. Робоча програма навчальної дисципліни / Укладач
Т.П.Цюман. К.: Київський університет імені Бориса Грінченка, 2014. –34 с.