

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
для проведения текущей и промежуточной аттестации

по учебной дисциплине
ПСИХОЛОГИЯ МАССОВОЙ КОММУНИКАЦИИ

для направления подготовки **42.03.02 – Журналистика**
профиль «Мультимедийная журналистика»

1. Описание показателей (дескрипторов) и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования

Контроль качества освоения дисциплины (модуля) включает в себя текущий контроль успеваемости и промежуточную аттестацию. Текущий контроль успеваемости и промежуточная аттестация обучающихся проводятся в целях установления соответствия достижений обучающихся поэтапным требованиям образовательной программы к результатам обучения и формирования компетенций.

Компетенции	Показатели* (дескрипторы)	Критерии в соответствии с уровнем освоения ОП			Оценочное средство (промежуточная аттестация)
		пороговый (удовлетворительно) 55-69 баллов	стандартный (хорошо) 70-84 балла	эталонный (отлично) 85-100 баллов	
	Знать	Знать личные ресурсы и возможности для достижения поставленной цели в области профессиональной деятельности.	Знать личные ресурсы, возможности и ограничения для достижения поставленной цели в области профессиональной деятельности.	На основе собственного практического опыта знать личные ресурсы, возможности и ограничения для достижения поставленной цели в области профессиональной деятельности.	Терминологический диктант; План-конспект; Тестирование
	Уметь	Уметь частично транслировать свои индивидуальные достижения на пути реализации задач саморазвития.	Уметь обобщать и транслировать свои индивидуальные достижения на пути реализации задач саморазвития.	На основе собственного практического опыта уметь обобщать и транслировать свои индивидуальные достижения на пути реализации задач саморазвития.	Медиапрезентации; Творческие задания; Дискуссия.
	Владеть	Владеть отдельными методиками создания индивидуальной траектории саморазвития в процессе профессионального становления.	Владеть методиками создания индивидуальной траектории саморазвития в процессе профессионального становления.	На основе собственного практического опыта владеть методиками создания индивидуальной траектории саморазвития в процессе профессионального становления.	Творческие задания; Проектная мастерская

ОПК-4.2	Знать	Знать отдельные характеристики целевой аудитории при создании журналистских текстов и (или) продуктов	Знать основные характеристики целевой аудитории при создании журналистских текстов и (или) продуктов	Знать многоуровневые характеристики целевой аудитории при создании журналистских текстов и (или) продуктов	Терминологический диктант; План-конспект; Тестирование
	Уметь	Уметь учитывать отдельные характеристики целевой аудитории при создании журналистских текстов и (или) продуктов	Уметь учитывать основные характеристики целевой аудитории при создании журналистских текстов и (или) продуктов	Уметь учитывать разные характеристики целевой аудитории при создании журналистских текстов и (или) продуктов	Медиапрезентации; Творческие задания; Дискуссия.
	Владеть	Владеть отдельными характеристиками целевой аудитории при создании журналистских текстов и (или) продуктов	Владеть основными характеристиками целевой аудитории при создании журналистских текстов и (или) продуктов	Владеть многоуровневыми характеристиками целевой аудитории при создании журналистских текстов и (или) продуктов	Творческие задания; Проектная мастерская
ОПК-7	Знать	Знать цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности	Знать цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности	На основе собственного практического опыта знать цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности	Терминологический диктант; План-конспект; Тестирование
	Уметь	Уметь осуществлять поиск отдельных творческих приемов при сборе, обработке и распространении информации	Уметь осуществлять поиск корректных творческих приемов при сборе, обработке и распространении информации в соответствии с общепринятыми стандартами и правилами профессии журналиста	На основе собственного практического опыта уметь осуществлять поиск корректных творческих приемов при сборе, обработке и распространении информации в соответствии с общепринятыми стандартами и правилами профессии журналиста	Медиапрезентации; Творческие задания; Дискуссия.

	Владеть	Владеть отдельными творческими приемами при сборе, обработке и распространении информации	Владеть творческими приемами при сборе, обработке и распространении информации в соответствии с общепринятыми стандартами и правилами профессии журналиста	На основе собственного практического опыта владеть творческими приемами при сборе, обработке и распространении информации в соответствии с общепринятыми стандартами и правилами профессии журналиста	Творческие задания; Проектная мастерская
ПК-1.1	Знать	Знать специфику и предназначение журналистики, особенности творческого процесса по созданию медиатекста	Знать специфику и предназначение журналистики, её проявления в различных жанровых и форматных проявлениях; особенности творческого процесса по созданию медиатекста	На основе собственного практического опыта знать специфику и предназначение журналистики, её проявления в различных жанровых и форматных проявлениях; особенности творческого процесса по созданию медиатекста	Опрос-собеседование; План-конспект; Тестирование
	Уметь	Уметь осуществлять поиск темы для создания медиатекста	Уметь осуществлять поиск темы для медиатекста и выявлять существующую проблему	На основе собственного практического опыта уметь осуществлять поиск темы для медиатекста и выявлять существующую проблему	Медиапрезентация; Творческие задания; Дискуссия.
	Владеть	Владеть подготовкой медиатекста под руководством опытного редактора	Владеть подготовкой материалов разных жанров и форматов под руководством опытного редактора	На основе собственного практического опыта владеть подготовкой материалов разных жанров и форматов под руководством опытного редактора	Творческие задания; Проектная мастерская

ПК-1.2.	Знать	Знать специфику массового и межличностного общения	Знать особенности подготовки публикаций для печатных и электронных СМИ, специфику массового и межличностного общения, особенности воздействия каждого вида СМИ на аудиторию	На основе собственного практического опыта знать особенности подготовки публикаций для печатных и электронных СМИ, специфику массового и межличностного общения, особенности воздействия каждого вида СМИ на аудиторию	Опрос-собеседование; План-конспект; Тестирование
	Уметь	Уметь частично использовать полученные знания в процессе подготовки медиатекста	Уметь использовать полученные знания в области системы СМИ в профессиональной деятельности, в процессе подготовки медиатекста	На основе собственного практического опыта уметь использовать полученные знания в области системы СМИ в профессиональной деятельности, в процессе подготовки медиатекста	Медиапрезентация; Творческие задания; Дискуссия.
	Владеть	Владеть отдельными психологическими навыками общения с героями своих журналистских произведений	Владеть психологическими навыками общения с героями своих журналистских произведений	На основе собственного практического опыта владеть психологическими навыками общения с героями своих журналистских произведений	Творческие задания; Проектная мастерская

2. Описание критериев и шкал оценивания результатов обучения по дисциплине (модулю)

2.1. Критерии и шкалы оценивания результатов обучения при проведении текущего контроля успеваемости

Текущий контроль предназначен для проверки хода и качества формирования компетенций, стимулирования учебной работы обучаемых и совершенствования методики освоения новых знаний. Он обеспечивается проведением семинаров, оцениванием контрольных заданий, проверкой конспектов лекций, выполнением индивидуальных и творческих заданий, периодическим опросом обучающихся на занятиях. Контролируемые разделы (темы) дисциплины (модуля), компетенции и оценочные средства представлены в таблице.

№ п/п	Контролируемые разделы (темы) дисциплины	Код контролируемой компетенции (или ее части)	Наименование оценочного средства
1	Психология журналистики как наука	ОПК-4.2.; ОПК-7;	Составление обобщающей таблицы. Медиапрезентация - доклад. Творческие задания.
2	Аудитория как объект воздействия и как субъект взаимодействия в СМИ	ОПК-4.2.; ОПК-7; ПК-1.1. ПК-1.2.	Ролевая игра. Медиапрезентация - доклад. Творческие задания.
3	Методы и технологии социально-психологического воздействия и взаимодействия в СМИ История исследований медиавоздействия	ОПК-4.2.; ОПК-7; ПК-1.1. ПК-1.2.	Составление обобщающей таблицы. План-конспект. Медиапрезентация - доклад. Терминологический диктант. Эссе-рецензия. Творческие задания.
4	Основные психологические концепции и журналистика Аналитическая психология К.Г. Юнга. Проблема эффективности использования архетипов в журналистике Гуманистическая психология и СМИ	ОПК-4.2.; ОПК-7; ПК-1.1. ПК-1.2.	Проектная мастерская. Моделирование проблемной ситуации. Досье. Творческое задание.
5	Информационно-психологические войны: понятие, классификация, черты, специфика реализации	ОПК-7; ПК-1.1. ПК-1.2.	Медиапрезентация - доклад. Круглый стол – Дискуссия. Тестирование. Творческая контрольная работа

Критерии оценивания опроса-собеседования, коллоквиума

Шкала оценивания	Критерии оценивания
«отлично»	<i>В ответе обучающегося отражены основные концепции и теории по данному вопросу, проведен их критический анализ и сопоставление, описанные теоретические положения иллюстрируются практическими примерами и экспериментальными данными. Обучающимся формулируется и обосновывается собственная точка зрения на заявленные проблемы, материал излагается профессиональным языком с использованием соответствующей системы понятий и терминов</i>
«хорошо»	<i>В ответе обучающегося описываются и сравниваются основные современные концепции и теории по данному вопросу, описанные теоретические положения иллюстрируются практическими примерами, обучающимся формулируется собственная точка зрения на заявленные проблемы, однако он испытывает затруднения в ее аргументации. Материал излагается профессиональным языком с использованием соответствующей системы понятий и терминов</i>
«удовлетворительно»	<i>В ответе обучающегося отражены лишь некоторые современные концепции и теории по данному вопросу, анализ и сопоставление этих теорий не проводится. Обучающийся испытывает значительные затруднения при иллюстрации теоретических положений практическими примерами их практики работы СМИ. У обучающегося отсутствует собственная точка зрения на заявленные проблемы. Материал излагается профессиональным языком с использованием соответствующей системы понятий и терминов</i>
«неудовлетворительно»	<i>Ответ обучающегося не отражает современные концепции и теории по психологии функционирования СМИ. Обучающийся не может привести практических примеров. Материал излагается «житейским» языком, не используются понятия и термины соответствующей научной области. Ответ отражает систему обыденных представлений обучающегося на заявленную проблему, обучающийся не может назвать ни одной научной теории, не дает определения базовым понятиям</i>

Критерии оценивания лекции пресс-конференции, лекции-диалога

Поиск и определение круга вопросов, адекватных проблематике лекции	1 балл
Подготовка вопроса по теме лекции.	1 балл
Грамотная формулировка 2-3 вопросов. Понимание особенности и специфики освещаемой темы	2 балла
Активное участие в обсуждении темы лекции, корректная полемика с аргументацией собственной точки зрения	1 балл
Оценка:	
Отлично	4-5 баллов
Хорошо	2-3 балла

Критерии оценивания лекции-провокации

Обнаружение не менее 3-4 ошибок, аргументация своей позиции	Отлично
Обнаружение хотя бы одной ошибки с чётким обоснованием своего	Хорошо

решения	
---------	--

Критерии и шкала оценивания обобщающей таблицы, плана-конспекта, досье психологического анализа медиатекста, как итог работы с текстом, дискурсом СМИ по обобщению, систематизации и структурированию учебной информации

Умение проводить смысловую группировку текста, дискурса СМИ выделять основополагающие идеи	1 балл
Умение подкреплять выделенные в тексте смысловые блоки соответствующей иллюстративной базой	1 балл
Умение формулировать оценочные суждения, свою точку зрения о социально-психологических проблемах СМИ	1 балл
Оценка:	
Зачтено	3 балла
Не зачтено	1 бал

Критерии и шкала оценивания индивидуальных творческих заданий

Оценка	Критерии оценки
«зачтено»	<i>Обучающийся правильно выполнил индивидуальное творческое задание. Продемонстрировал креативное мышление. Показал отличные владения навыками применения полученных знаний и умений при решении профессиональных задач в рамках усвоенного учебного материала.</i>
«не зачтено»	<i>При выполнении индивидуального творческого задания студент продемонстрировал недостаточный уровень владения умениями и навыками при решении профессиональных задач в рамках усвоенного учебного материала. Допущено множество неточностей. Выполненное задание отличается шаблонностью в представлении обрабатываемой фактуры.</i>

Критерии и шкала оценивания дискуссионных тем для круглого стола

Оценка	Критерии оценки
«зачтено»	<i>Обучающийся полно излагает изученный материал, даёт правильное определение понятий; обнаруживает понимание материала, может обосновать свои суждения, применить знания на практике, привести необходимые примеры не только по учебнику, но и самостоятельно составленные; излагает материал последовательно и правильно с точки зрения норм литературного языка.</i>
«не зачтено»	<i>Студент обнаруживает незнание большей части соответствующего раздела изучаемого материала, допускает ошибки в формулировке материала. Затрудняется в высказывании собственной точки зрения по рассматриваемому вопросу.</i>

Критерии и шкала оценивания докладов, презентаций

Оценка	Критерии оценки
«зачтено»	<i>Доклад создан с использованием компьютерных технологий (презентация Power Point, Flash–презентация, видео-презентация и др.) Используются дополнительные источники информации. Содержание заданной темы раскрыто в полном объеме. Отражена структура доклада (вступление, основная часть, заключение, присутствуют выводы и примеры). Оформление работы, соответствует предъявляемым требованиям. Оригинальность выполнения (работа сделана самостоятельно, представлена впервые)</i>

«не зачтено»	Доклад сделан устно, без использования компьютерных технологий. Содержание доклада ограничено информацией. Заданная тема доклада не раскрыта, основная мысль сообщения не передана.
--------------	--

Критерии оценивания медиапрезентаций

Оценка	Название критерия	Оцениваемые параметры
«зачтено»	Тема презентации	Соответствие темы программе учебного предмета, раздела
	Дидактические и методические цели и задачи презентации	ответствие целей поставленной теме стижение поставленных целей и задач
	Выделение основных идей презентации	Соответствие целям и задачам Содержание умозаключений Вызывают ли интерес у аудитории Количество (рекомендуется для запоминания аудиторией не более 4-5)
	Содержание	Достоверная информация об исторических справках и текущих событиях Все заключения подтверждены достоверными источниками Язык изложения материала понятен аудитории Актуальность, точность и полезность содержания
	Подбор информации для создания проекта – презентации	Графические иллюстрации для презентации Статистика Диаграммы и графики Экспертные оценки Ресурсы Интернет Примеры Сравнения Цитаты и т.д.
	подача материала проекта – презентации	хронология приоритет логическая последовательность структура по принципу «проблема-решение»
	Логика и переходы во время проекта – презентации	плавные вступления к основной части переход от одной основной идеи (части) к другой переход от одного слайда к другому перекрестные ссылки
	Заключение	короткое высказывание - переход к заключению повторение основных целей и задач выступления выводы подведение итогов короткое и запоминающееся высказывание в конце
	Дизайн презентации	рифмичность (читаемость) корректно ли выбран цвет (фона, шрифта, заголовков) элементы анимации
«не зачтено»	Техническая часть	орфография подходящий словарь отсутствие ошибок правописания и опечаток
		выполнение менее 60% оцениваемых параметров

Критерии и шкала оценивания тестирования, терминологического диктанта

Оценка	Критерий оценки
«зачтено»	<i>Выполнение более 60% тестовых/ терминологических заданий</i>
«не зачтено»	<i>Выполнение менее 60% тестовых/ терминологических заданий</i>

Критерии оценивания творческой контрольной работы

Шкала оценивания	Критерии оценивания
«отлично»	<i>Обучающийся полностью и правильно выполнил задание контрольной работы. Показал отличные знания и умения в рамках усвоенного учебного материала. Продемонстрировал знание роли и понимание значения психологии массовых коммуникаций</i>
«хорошо»	<i>Обучающийся выполнил задание контрольной работы с небольшими неточностями. Показал хорошие знания и умения в рамках усвоенного учебного материала. Есть недостатки в анализе практического материала</i>
«удовлетворительно»	<i>Обучающийся выполнил задание контрольной работы с существенными неточностями. Показал удовлетворительные знания и умения в рамках усвоенного учебного материала. Не использовал иллюстративную базу для анализа проблемы.</i>
«неудовлетворительно»	<i>Обучающийся не справился с анализом предлагаемой темы, проявил недостаточный уровень знаний и умений</i>

Критерии и шкала оценивания проекта

Соответствие подобранных научных и эмпирических материалов тематике проекта	1 балл	
Актуальность, оригинальность и самостоятельность выбора иллюстративного материала	1 балл	
Полнота раскрытия структурных компонентов проекта, их состоятельность	1 балл	
Форма предоставления результатов проекта, в т.ч. с использованием ИКТ	2 балла	
Общее восприятие проекта, его эмоциональное воздействие, убедительность фактического материала	1 балл	
Эффективность проведения тренинговой части проекта (по оценки участников)	1 балл	
Оценка:	<i>отлично</i>	7 баллов
	<i>хорошо</i>	5 баллов
	<i>удовлетворительно</i>	3 балла
	<i>неудовлетворительно</i>	2 балла

Критерии оценивания кейс-задачи (моделирование проблемной ситуации), проектной мастерской

Шкала оценивания	Критерии оценивания
«отлично»	<i>Обучающийся излагает материал логично, грамотно, без ошибок; свободное владеет профессиональной терминологией; умеет высказывать и обосновать свои суждения; дает четкий, полный, правильный ответ на теоретические вопросы; организует связь теории с практикой работы СМИ. Выстраивает эффективную коммуникацию с аудиторией – слушателями.</i>
«хорошо»	<i>Обучающийся грамотно излагает материал; ориентируется в материале; владеет профессиональной терминологией;</i>

	<i>осознанно применяет теоретические знания для решения кейса, но содержание и форма ответа имеют отдельные неточности и слабо подкреплена опытом медийной работы. Затрудняется заинтересовать слушателей проблематикой кейса, тем не менее, вовлекает их в коллективную работу.</i>
«удовлетворительно»	<i>Обучающийся излагает материал неполно, непоследовательно, допускает неточности в определении понятий, в применении знаний для решения кейса, не может доказательно обосновать свои суждения; обнаруживается недостаточно глубокое понимание предлагаемого материала. Не способен предложить аудитории варианты конкретных проблемных ситуаций профессиональной деятельности в рамках заявленной темы.</i>
«неудовлетворительно»	<i>В ответе обучающийся проявляется незнание основного материала учебной программы, допускаются грубые ошибки в изложении, не может применять знания для формулирования и разрешения проблемной ситуации в профессиональной деятельности</i>

**Критерии и шкала оценивания эссе-рецензии:
интерпретация текста-первоисточника**

Краткая аннотация прочитанного, написанная от первого лица	1 балл
Креативный подход в изложении материала	1 балл
Выделение основных идей текста, знание содержания первоисточника	1 балл
Оригинальная интерпретация текста	1 балл
Соотнесение текста с проблематикой изученного учебного материала	1 балл
Оценка	<i>Отлично</i> 5-4 баллов
	<i>Хорошо</i> 3 балла
	<i>Удовлетворительно</i> 2 балла
	<i>Неудовлетворительно</i> 1 балл

Критерии оценивания ролевой игры (моделирование проблемной ситуации)

Шкала оценивания	Критерии оценивания
«отлично»	<i>Правильное решение задач ролевой игры, подробная аргументация обучающимся своего решения, хорошее знание теоретических аспектов решения проблемы, со ссылками на особенности профессиональной деятельности в СМИ</i>
«хорошо»	<i>Решение задач ролевой игры, аргументация обучающимся своего решения, определённое знание теоретических аспектов решения проблемы, со ссылками на особенности профессиональной деятельности в СМИ</i>
«удовлетворительно»	<i>Частично правильное решение задач ролевой игры, недостаточная аргументация обучающимся своего решения без ссылок на особенности профессиональной деятельности в СМИ</i>
«неудовлетворительно»	<i>Неправильное решение задач ролевой игры, отсутствие у обучающегося необходимых знаний теоретического и практического характера</i>

2.2. Критерии и шкалы оценивания результатов обучения при проведении промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация предназначена для определения уровня освоения всего объема учебной дисциплины. Для оценивания результатов обучения при проведении

промежуточной аттестации используется четырехбалльная шкала (100-балльная): «Отлично», «Хорошо», «Удовлетворительно», «Неудовлетворительно».

Основные виды систем оценивания

Европейская	100-балльная	4-балльная	2-балльная
A	94-100	отлично	зачтено
A-	90-94		
B+	85-89		
B	80-84	хорошо	
B-	75-79		
C+	70-74		
C	65-69	удовлетворительно	
C-	60-64		
D	55-59		
F	50-54	неудовлетворительно	не зачтено

Шкала оценивания	Критерии	Уровень освоения компетенций
Отлично	<i>активное участие в выполнении практических заданий в течении семестра; наличие глубоких и исчерпывающих знаний в объеме пройденного программного материала, правильные и уверенные действия по применению полученных знаний на практике, грамотное и логически стройное изложение материала при ответе, знание дополнительно рекомендованной литературы</i>	Эталонный
Хорошо	<i>выполнение практически всех заданий в течении семестра; наличие твердых и достаточно полных знаний программного материала, незначительные ошибки при освещении заданных вопросов, правильные действия по применению знаний на практике, четкое изложение материала</i>	Стандартный
Удовлетворительно	<i>50 % выполненных заданий в течении семестра; наличие твердых знаний пройденного материала, изложение ответов с ошибками, уверенно исправляемыми после дополнительных вопросов, необходимость наводящих вопросов, правильные действия по применению знаний на практике</i>	Пороговый
Неудовлетворительно	<i>отсутствие пакета семестровых заданий; наличие грубых ошибок в ответе, непонимание сущности излагаемого вопроса, неумение применять знания на практике, неуверенность и неточность ответов на дополнительные и наводящие вопросы.</i>	Компетенции не сформированы

3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

3.1. Оценочные средства текущего контроля успеваемости

Терминологический диктант.

Архетип

Виды архетипов/ перечень

«Штурм архетипов»

Вдохновляющий стимул (по Э. Фромму)

Простой стимул (по Э. Фромму)

Эрих Фромм и журналистика

К.Г. Юнг и журналистика

Восприятие

Интерес

Индикаторы интереса потребителя СМИ

Типы внимания аудитории СМИ

Потребность среднестатистического потребителя СМИ

Перечислить потребности аудитории СМИ

Схема создания эффективного медиатекста

Информационная война

Психологическая война

Виды информационно-психологической войны

Объекты воздействия в информационно-психологической войне

Информационное оружие

Виды информационного оружия

Ноополитика

Глобализация

Тактические медиа

Когнитивный уровень воздействия в информационно-психологической войне

Физический уровень воздействия в информационно-психологической войне

Назвать этапы информационно-психологической войны

Эффекты медиавоздействия

ТЕСТИРОВАНИЕ

В заданиях внимательно прочтите вопросы и все варианты ответов на них. Затем обведите кружком номер правильного (неправильного) ответа в бланке ответов.

Распространение оперативной информации по поводу текущих событий, активно формирующей позиции аудитории по конкретным ситуациям современной жизни есть деятельность

- | | |
|----------------------|----------------------|
| 1) пропагандистская, | 3) публицистическая, |
| 2) организаторская, | 4) агитационная. |

Среди методов психологического воздействия на аудиторию выделяют

- | | |
|----------------|-------------|
| 1) подражание, | 3) повтор, |
| 2) заражение, | 4) внушение |

Понятие стереотип введено в научный оборот исследователем

- | | |
|------------------|----------------|
| 1) У. Липпманом, | 3) А. Маслоу, |
| 2) Д. Уотсоном, | 4) Э. Фроммом. |

Социально-психологическое новообразование, возникающее в результате слияния деструктивных, утративших свою валентность индивидуальных сознаний есть

- | | |
|---------------|--------------------|
| 1) агломерат, | 3) масса, |
| 2) толпа, | 4) реципиенты СМИ. |

Обыденное сознание – это

- 1) сознание здравого смысла,
- 2) массовое сознание,
- 3) его отличает глубокое понимание действительности,
- 4) в нем находит свое отражение конкретное общественное бытие.

Вид психологического воздействия, ведущий к скрытому возбуждению у другого человека намерений, не совпадающих с его актуально существующими желаниями

- 1) манипуляция,
- 2) убеждение,
- 3) обман,
- 4) идентификация.

Создание новояза, разрушение ценностей и представлений, закрепленное в слове есть

- 1) семантическая фасцинация;
- 2) пропагандистская сублимация,
- 3) лингвистическая ловушка,
- 4) лингвистическая дейризация.

Впервые в российской науке описал проблемы массового внушения

- 1) В.М. Бехтерев,
- 2) И.П. Павлов,
- 3) И. И. Мечников,
- 4) И.М. Сеченов.

Выберите характеристику, НЕ свойственную массовому человеку

- 1) исчезновение сознательной личности;
- 2) нет устойчивой культурной системы,
- 3) повторяет общий тип,
- 4) не имеет определенных, заданных черт.

Поведение человека детерминировано его знаниями, человек есть преобразователь информации – данные постулаты являются основополагающие для

- 1) когнитивной психологии,
- 2) гештальт-психологии,
- 3) психоанализа,
- 4) бихевиоризма.

Концепцию двух типов поведения (экстраверты и интроверты) обосновал

- 1) З. Фрейд;
- 2) Э. Фромм;
- 3) К. Юнг;
- 4) А. Фрейд.

В рамках данной теории массовой коммуникации человек воспринимается как механизм, пассивная масса, на которую оказывается мощное воздействие со стороны СМК

- 1) медиаориентированная,
- 2) медиацентристская,
- 3) теория внушения,
- 4) человекоцентристская.

Г. Фарбер называл это «самой изощренной формой диктатуры», Р. Гудин – «хорошо организованным обманом людей», П. Фрейре – «средством порабощения разума»

- 1) тоталитаризм,
- 2) духовное порабощение,
- 3) манипуляция,
- 4) внушение.

Теория «триггерного эффекта» или управляемого социального развития принадлежит

- 1) К. Манхейму,
- 2) П. Сорокину,
- 3) М. Фуко,
- 4) А. Грамши.

Психограмма массового человека включает следующие компоненты:

- 1) суггестивный характер,
- 2) чувства массового человека сложны и гиперболычны,
- 3) суеверное мышление,
- 4) креативное мышление.

Данные исследователи рассматривают народную массу как решающую созидательную силу

- 1) М. Вебер,
- 2) Э. Дюркгейм,
- 3) Г. Лебон.
- 4) В. Бехтерев.

Тезис: «деструктивность существует вне человеческой сущности» принадлежит

- 1) Э. Фромму,
- 2) З. Фрейду,
- 3) К. Юнгу,
- 4) А. Фрейд.

Вид психологического воздействия, основанный на органическом соединении двух контекстов – визуального и смыслового, по принципу максимум эмоций и минимум сознания, есть

- 1) метод внушения при помощи содержания сообщения;
- 2) клипмейкерство;
- 3) имиджмейкерство;
- 4) идентификация.

Наука, изучающая закономерности и феномены развития человека на ступени его зрелости – профессиональной и личностной, есть

- 1) психология творчества,
- 2) психология профессионального роста,
- 3) акмеология,
- 4) антропология.

Укажите, верно ли следующее высказывание:

«Архетипы – это врожденные идеи или воспоминания, которые предрасполагают людей воспринимать, переживать и реагировать на события определенным образом».

1. Да, верно
2. Нет, неверно

Первая лаборатория экспериментальной психологии была основана в Лейпциге в

- 1) 1879 г.,
- 2) 1990 г.,
- 3) 1789 г.,
- 4) 1899 г.

Теория о простом и вдохновляющем стимулах принадлежит

- 1) К. Юнгу,
- 2) З. Фрейду,
- 3) Ю. Хабермасу,
- 4) Э. Фромму.

Теорию бихевиоризма – науку о человеческом поведении разрабатывали

1. Э. Толмэн,
2. Дж. Уотсон,
3. Ч. Осгуда,
4. Ф. Скиннер.

Вид внимания, требующий управления сознательной целью, называется ...

1. Непроизвольное
2. Направленное
3. Произвольное
4. Послепроизвольное

Модель одномерного человека определена

- 1) О. Тоффлером;
- 2) Г. Маркузе;
- 3) К. Хорни;
- 4) Д. Мерилом.

Совокупность черт: парадокс, неожиданность, глубина мысли, ощущение тайны свойственны

- 1) саногенному мышлению;
- 2) одномерному мышлению;
- 3) мозаичному мышлению;
- 4) нелинейному мышлению.

Технологию создания «образа врага» в теории манипулирования разработал

- 1) Л. Войтасик,
- 2) Г. Почепцов,
- 3) Д. Шонбернен,
- 4) Г. Шиллер.

Определите автора следующих строк: «Страх глубоко укоренен в каждом из нас, и чтобы обнаружить это, достаточно только глубоко заглянуть в самого себя»

- 1) А. Мальро,
- 2) З. Фрейд,
- 3) К. Юнг,
- 4) А. Камю.

В терминах теории установки выберите уровни, характеризующие складывание коммуникативного влияния:

1. Когнитивный уровень
2. Уровень потребностей
3. Мотивационный уровень
4. Аксиологический уровень
5. Аффективный уровень
6. Поведенческий уровень

Стремление уменьшить степень насилия над собою или полностью исключить как из собственной жизни, так из жизни других есть яркое проявление

- 1) стратегии ненасилия,
- 2) саногенного мышления,
- 3) нелинейного мышления,
- 4) здравого смысла.

Высказывание: «Трусость отнимает разум» принадлежит

- 1) В. Ленину,
- 2) Ф. Энгельсу,
- 3) А. Гитлеру,
- 4) З. Фрейду.

Стереотип – это

- 1) привычный штамп, понятие, укоренившийся предрассудок,
- 2) «выпавший в осадок опыт»,

- 3) имеет силу нравственного закона, правила общежития,
- 4) обладает сложной структурой и глубоким содержанием.

Вид психологического воздействия, основанный на органическом соединении двух контекстов – визуального и смыслового, по принципу максимум эмоций и минимум сознания, есть

- 5) метод внушения при помощи содержания сообщения;
- 6) клипмейкерство;
- 7) имиджмейкерство;
- 8) идентификация.

Основоположником изучения подражания как механизма распространения моды был:

1. Г. Тард
2. Джо Бруммель
3. Е. Тремнер
4. Р. Барт

Модель Лассуэлла включает следующие компоненты

1. Коммуникатор
2. Сообщение
3. Канал коммуникации
4. Реципиент
5. Манипуляция

Какой возникает эффект, когда человек чувствует, что какое-то событие и информация об этом событии организуются с целью повлиять на него, и он видит в ней угрозу?

1. Эффект Барнума
2. Эбумеранга
3. Эффект аудитории
4. Эффект плацебо
5. Эффект Пигмалиона

Выберите наиболее точное определение конгруэнтности в общении:

1. Управление эмоциональным контактом в общении
2. Использование психологических средств и приемов скрытого воздействия на человека
3. Соответствие источника информации и реципиента (потребителя информации)
4. Это психотехнология, нацеленная на формирование определенных качеств участников диалога

Роль стереотипа как устойчивого и упрощенного образа в процессе массовой коммуникации оценивается:

1. Как положительная
2. Как отрицательная
3. Должна оцениваться ситуативно

Явление, заключающееся в том, что из расположенного в ряд материала элементы, находящиеся в начале и конце, запоминаются быстрее, чем элементы, находящиеся в середине, это

1. Эффект «стереотипизации»
2. Эффект «края»
3. Эффект «ореола»

4. Эффект «новизны»
5. Эффект «первого впечатления»
6. Эффект «бумеранга»
7. Эффект «первичности»

Дайте определение «психологической культуре журналиста». Ответ запишите в бланке ответов.

ПЕРЕЧЕНЬ ПРИМЕРНЫХ КОНТРОЛЬНЫХ ВОПРОСОВ И ЗАДАНИЙ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ:

Творческие/Исследовательские вопросы:

1. Интерпретация диалектики сознательного и бессознательного в контексте современных СМИ.
2. Проблема стереотипизации сознания (на примере современных СМИ).
3. Имиджмейкерство и СМИ: плюрализм позиций и мнений или способ «захвата аудитории».
4. Психология восприятия телевизионной коммуникации (на примере любого канала, передачи, программы).
5. Вклад бихевиористов в разработку психологии пропаганды и рекламы (на примере текстов информационного пространства).
6. Приведите примеры соблюдения (или нарушения) законов гештальт-психологии в СМИ.
7. Дайте характеристику рыночной журналистике с использованием следующих понятий и утверждений: эйдосфера; образ – соединение семантического аспекта и эстетического; толпа мыслит образами; образы вполне могут стать символической философией определенной эпохи; «наша голова – это шумное собрание брэндустановок»; изменяя систему образов, структуру воображения, можно воздействовать на ценности.
8. Покажите на примерах как возможно использовать ресурсы когнитивной психологии в работе журналиста. Почему представители данного направления уверены, что любой человек может быть «прочитан».
9. Оцените профессионализм беседы журналиста и источника информации с точки зрения конгруэнтности (материал прилагается).
10. Осуществить психологический анализ любого журналистского текста.
11. Вульгарный фрейдизм и психоанализ в практике работы телевидения, развлекательной и “желтой” прессы.
12. Психологические особенности творчества журналиста (на примере реальной журналистики).
13. Формы манипулирования и суггестии в СМИ (на примере современного информационного пространства).
14. Проблема индентификации в системе отношений СМИ – аудитория (на примере российской действительности).
15. Доказать, что с научной точки зрения парадигма драйв-мышления исторически бесперспективна.
16. Психоанализ называют «богоборчеством» - борьбой с богом внутри человека. Как вы думаете, почему?
17. Приведите примеры использования архетипов в российском медиадискурсе (тип медиатекста на выбор).
18. Прокомментируйте высказывания: манипуляция – это самая изощренная форма диктатуры (Г. Фарбер), средство порабощения разума (П. Фрейд), хорошо организованный обман людей (Р. Гудин).
19. Рассуждая в духе З. Фрейда, приведите примеры модельного прецедента в журналистском творчестве, раскрыв феномен сублимации.

20. Теория «простых» и «вдохновляющих» стимулов (на примере текстов российского информационного пространства).

Темы контрольных работ

- 1) Основные направления исследований в западной и отечественной психологии журналистики (общая характеристика).
- 2) Функционирование и эффективность ораторских приемов в телевизионной речи.
- 3) Проблемы медиапсихологии.
- 4) Психологическая типологизация аудитории.
- 5) Применение психологического подхода в рекламе.
- 6) Типы мышления и журналистский текст (проблемы зависимости).
- 7) Имидж журналиста как часть творческой биографии.
- 8) Типы общения, стили общения, виды общения, дистанция общения в журналистской коммуникации.
- 9) Приемы снятия агрессии собеседника.
- 10) Психологические особенности интервью. Особенности проведения интервью и работы с источниками информации в условиях журналистского расследования.
- 11) Психолингвистическое программирование и СМИ.
- 12) «Якорная» техника в профессиональном общении журналиста.
- 13) Стимулирование собеседника в процессе профессионального общения.
- 14) Проблема манипулирования общественным мнением.
- 15) Вербальные средства сенсорного и интерсенсорного воздействия (запахи, звуки, вкус и т. д.) в журналистике.
- 16) Методы и приемы воздействия медиатекста на телезрителя.
- 17) Политические и информационные войны в печати и на ТВ.
- 18) Использование НЛП-технологий в журналистике.
- 19) Воздействие музыкального телевидения на массовое сознание.
- 20) Средства и формы воздействия в телекоммуникации.
- 21) Основные средства и методы информационного воздействия.
- 22) Способы и механизмы конструирования образов в СМИ.
- 23) Психологические особенности творческой личности.
- 24) Механизмы защиты аудитории от психопрограммирования.
- 25) Средства массовой коммуникации и насилие.
- 26) Психологический портрет современного российского потребителя.
- 27) Основные психологические проблемы массовых информационных процессов.
- 28) Психологические приемы и технологии управления сознанием и поведением аудитории СМИ.
- 29) Контексты эффективной организационной коммуникации в СМИ: теория и практика.
- 30) Проблема использования архетипов в СМИ.
- 31) Национализм и ксенофобия как конструкты в структуре современных политических коммуникаций.

Тема: Психология журналистики как наука

- 1) Подготовиться к коллективной лекции. Выбрать из плана-конспекта пункты, найти дополнительный материал.
- 2) Приготовиться к дискуссии. Выдвинуть аргументы или /и контраргументы. Проблемное поле:
 - Творчество журналиста – стрессогенная сфера деятельности, проходит на грани невроза.
 - СМИ, рыночная журналистика культивируют насилие. «Журналистика – это организованное злословие» (О. Уальд).
 - Современная журналистика есть инструмент контроля сознания человека. «Окно в мир можно закрыть газетой» (С.Е. Лец).

- Журналистика призвана предъявлять образцы поведения человека, положительных и отрицательных героев. «Телевидение позволяет нам наслаждаться обществом людей, которых мы не пустили бы к себе на порог» (Д. Фрост).
- Современные СМИ есть «социальная терапия побега от действительности» (Х. Хольцер), удобный способ наделения живых людей уровнем умственного развития манекенов.
- Уточните миссию журналистики в обществе (демократическом и тоталитарном). Определите свою индивидуальную миссию в журналистике. Будьте готовы к её публичному обсуждению.

Схема: Психологический анализ медиатекста
(варьируется в зависимости от жанра текста и канала коммуникации)

1. Идеи канва текста. Цель, назначение.
2. Особенность замысла (*фактурность, позитивность, бесцельность, негатив и т.д.*). Вектор целеполагания текста: когнитивный – смысловой уровень текста – основные смыслы медиатекста. Соответствие содержания текста запросам целевой аудитории (конгруэнтность /когнитивный диссонанс).
3. Характеристика эйдосферы – системы образов (гештальт медиатекста).
4. Технология привлечения внимания аудитории. Технология воздействия на аудиторию: S→R. Методы: подражание, внушение, заражение, убеждение. Приемы воздействия. Отражение потребностей типичного представителя целевой аудитории. Факторы, повышающие степень воздействия.
5. Языковые технологии воздействия – логосфера текста. Характеристика стилистики текста (*стиль публицистический, выдержанный, ёрнический, глумливый и т.д.*).
6. Невербальный уровень, его релевантность (*адекватность интересам и потребностям аудитории СМИ*). Невербальные средства и их роль в контексте общего изображения, восприятия и воздействия.
Визуальный уровень. Оптико-кинетическая система. Аудиовоздействие («звуковая подложка» текста). Проксемика.
7. При наличии: использование исконных моделей национального мировидения (концепты, архетипы и др.).
8. Психологическая функция текста. Возможные эффекты воздействия. Ожидания журналиста:
 - подход к фактуре (раскрытие сущности факта, сокрытие, искажение);
 - полезная информация (позитивное воздействие) – неконструктивная (бесполезная) – деструктивная (негативное воздействие);
 - резюме (моральный концепт), его наличие, присутствие-отсутствие и др.

Схема: Анализ «коммуникативной стратегии» (КС)
в дискурсе журналист – собеседник

1. Цель беседы. Особенность замысла журналиста.
2. Гештальт КС: характеристика журналиста (темперамент, темп речи, заинтересованность в предмете и т.д.) + характеристика собеседника (темперамент, темп речи, заинтересованность в предмете, скованность-раскрепощенность и т.д.). Факторы (личностные характеристики), повышающие степень воздействия.
Процесс понимания собеседника: 1) рациональный 2) эмоциональный 3) интуитивный
Барьеры понимания: 1) языковой 2) социально-культурный
3. Выбор определенной КС – обоснование, аргументация.
4. Определение методики воздействия: внушение, убеждение, заражение, идентификация.
5. Вербальный уровень реализации КС. Степень конгруэнтности (когнитивного соответствия) характеристикам собеседника, задачам беседы.

- + Логосфера, стиль, языковые приемы, голосовые данные (паралингвистическая и экстралингвистические системы: тембр, высота голоса, интонационный рисунок, паузы, смех и др.).
- 6. Невербальный уровень реализации КС. Степень конгруэнтности (когнитивного соответствия) характеристикам собеседника, задачам беседы.
+ Визуал, жесты-мимика, положение тела, проксемика.
- 7. Оценка эффективности КС (бихевиоризм: стимул – реакция).

Схема. Анализ медиатекста: психология стресса Сенсорика медиатекста о войне

Основная задача - передать ощущение стрессовой ситуации с помощью когнитивно-языкового потенциала текста.

1. Идеиная канва текста. Цель, назначение. Особенность замысла.
2. Система образов/ конструкторов. Образ войны /мира/ боли/ разочарования/ стресса/ власти и др.
3. Логосфера текста, языковые технологии/ лексика/ синтаксис воспроизведения реальности/ образов. Ассоциативно-семантическая сеть текста (ассоциативные связи в воссоздании образов). Лексико-фразеологическое поле воспроизведения образов.
4. Невербальные средства и их роль в контексте общего изображения, восприятия и воздействия.
5. Использование моделей национального мировидения: концепты, архетипы (если они присутствуют).
6. Общий психоэстетический фон (отрицательные коннотации, эмоции текста = эмоции автора).
7. Психологическая функция текста. Возможные эффекты воздействия.

Обобщающая таблица «Метод/Стимул – Ситуация – Эффекты».

Описание задания: необходимо собрать не менее 20 стимулов медиатекста и представить их в форме следующей парадигмы: стимул – описание задачи и ситуации использования – возможный эффект воздействия.

Досье «Технологии воздействия в СМИ»

Заведите картотеку популярных, активно используемых технологий воздействия на массовое сознание. Вверху карточки укажите метод, дайте ему определение, далее (или с обратной стороны карточки) приведите примеры его использования.

Использование архетипа в медиатексте

Описание задания: создать медиатекст (формат текста на выбор) с использованием архетипа, учитывая следующий алгоритм:

- 1) логическая цепочка работы с архетипом в медиатексте: тема – идея – эмоциональный фон (ассоциации) – факты, детали – стиль – архетипический ряд;
- 2) правила использования архетипа в тексте: принцип прозрачности текста; принцип соблюдения эстетического фона; полнота и адекватность введения архетипа.

ПЕРЕЧЕНЬ ТИПОВЫХ ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАДАНИЙ (ДЛЯ ОЦЕНКИ НАВЫКОВ И (ИЛИ) ОПЫТА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ):

Тема: История исследований медиавоздействия

1. Когда и почему возникла необходимость изучения проблем медиавоздействия. Предыстория вопроса.
2. СМИ как «смертоносные пули» и «сильные наркотики». «Теория пули». «Теория шприца». Основные идеи У. Липпмана и Г. Лассуэла.
3. Модель ограниченного воздействия. «А что люди делают с массмедиа?».

4. Модель умеренного воздействия. Модель сильного воздействия. Д. Брайант, С. Томпсон, Лазарсфельд, М. Мак-Лухан и др.
Информационная повестка дня: важно не КАК, а о ЧЕМ думают.
5. Спираль молчания Э. Ноэлл-Нойманн.
6. Гипотеза культивации (Дж. Гербнер и учёные Пенсильванского университета).

Необходимо представить теории с использованием медиапроектора и иллюстративного материала, высказать своё отношение к концепции.

Дополнительные задания - вопросы:

Разделитесь на группы (по 3-4 человека) и подготовьте теорию и наглядную презентацию вопросов:

- 1) В. М. Бехтерев о подражании и внушении. Возможность использования данных методов в современной журналистике. А Вы бы рискнули???
- 2) «Сублиминальное кино» Джеймса Вайкери. Факт или все-таки вымысел? Судьба технологии «25 кадра» на современном телевидении. Возможность и перспективы его использования в кинематографе.

ПРАКТИЧЕСКИЕ/ ТВОРЧЕСКИЕ ЗАДАНИЯ

● Соберите не менее 20 стимулов медиатекста и представьте их в форме следующей таблицы-схемы: стимул – описание задачи и ситуации использования – возможный эффект воздействия.

Оцените эффективность в отечественных СМИ элементов востребованного сюжета (технология американских СМИ): любовь, героика (герой и антигерой), путаница, драматизм.

- Составьте таблицу: Манипулятивный / Формирующий стили общения.

Укажите отличительные особенности данных стилей.

- Используя материалы СМИ, приведите примеры манипулятивного воздействия.

РОЛЕВАЯ ИГРА: Оценка медиатекста

с точки зрения восприятия аудиторией различного типа

Задачи: формирование перцептивных качеств – способности к сопереживанию, восприятию и пониманию иной картины мира; формирование необходимых профессиональных умений по созданию релевантного текста, учитывающего характеристику определенной целевой аудитории; закрепление знаний по созданию благоприятной атмосферы в процессе межличностной и массовой коммуникации.

Описание игры: 1) 3 группы студенты вытягивают жребий, определяются с типом аудитории (молодежь, зрелая интеллигенция, сельская аудитория); 2) Оценка предложенного медиатекста с точки зрения выбранного типа аудитории; 3) Формулировка возможных вопросов и замечаний автору текста.

Круглый стол. Теория управляемого хаоса.

1. История появления. Содержание и смыслы данной теории. Актуальность концепции в современную эпоху.

2. Ответить на вопросы (важна ваша точка зрения, посмотрите материалы в Интернете):

- Роль либералов в информационной войне. Информационное оружие либеральной мифологии.
- Особое мнение русской интеллигенции (А. Макаревич, В. Ерофеев, Л. Улицкая и др.) в контексте информационно-психологической войны.

Задания:

- Посмотреть фильмы, зафиксировать выводы в тетрадке или написать рецензию:

- 1) Арабская весна. Игры престолов. URL: http://russia.tv/brand/show/brand_id/58388

2) М. Чирков «Бури в пустыне» (4 фильма – можно бегло посмотреть).

URL: <http://www.youtube.com/watch?v=QddqOBEodZI>

ПРОЕКТНАЯ МАСТЕРСКАЯ

Проектная мастерская ориентирована на выполнение комплекса теоретических (учебных) и прикладных (профессиональных) заданий, представляет собой разновидность совместной деятельности обучающихся и преподавателя с целью решения профессионально-ориентированных задач путем творческого представления результатов исследовательской работы студентов, а также игрового моделирования актуальных психотехнологий журналистики.

Тематика проекта «Социально-психологические теории и журналистика»

▲ Работа в группах (на основе медиапрезентации):

1. Возможности и проблемы использования бихевиоризма в работе журналиста.
2. Значение теории когнитивизма в исследовании психологических процессов массовой коммуникации и творческой деятельности журналиста.
3. Гештальт-психология: проблема создания и восприятия медиатекста.

ПРИНЦИПЫ ОРГАНИЗАЦИИ ПРОЕКТНОЙ МАСТЕРСКОЙ

1. Представление проблемы с соблюдением требований медиапрезентации и с вовлечением в работу остальных студентов (*вопросы, провокации, тесты и др.*).
2. Анализ психотехник журналистики с использованием иллюстративного материала.
3. Выполнение заданий (или проведение игры), позволяющих понять и запомнить материал.
4. Организует творческую мастерскую *ведущий*, из числа студентов, представляющих проект.

Творческая группа продумывает пространство и атрибуты учебно-деловой игры, слушателями оценивается креативный подход в оформлении аудитории, в выборе средств и приемов представления проекта.

ТРЕБОВАНИЯ К МЕДИАПРЕЗЕНТАЦИИ

1. Представить проблему на уровне теоретического осмысления и в аспекте практической (профессиональной) реализации.
2. Структурно-содержательные требования к медиапрезентации:
 - четкая формулировка проблемы,
 - содержательность выступления,
 - логичность и целостность представления проблемы,
 - обязательное наличие иллюстративного материала и выводов,
 - обоснование использованных научных категорий/ понятий,
 - указание использованной литературы,
 - адекватное использование слайдов (читабельность, необходимый объем информации).
3. Методологические требования к медиапрезентации: в работе необходимо использовать различные методики изучения проблемы: работа с литературой (документами), опрос, анкетирование, контент-анализ, наблюдение, беседа, эксперимент, прогнозирование и др.
4. Организационные требования к медиапрезентации:
 - активное и яркое (творческое) представление проблемы,
 - коллективное представление проекта (группа – не менее 2 студентов),
 - четкое распределения ролей между участниками проекта,
 - время презентации: от 7 до 10 минут.

ДРУГИЕ МАТЕРИАЛЫ: Ерофеева И. В. Психология медиатекста: учеб. пособие / И.В. Ерофеева. Чита: ЗабГУ, 2015. С. 226-256.

3.2. *Оценочные средства промежуточной аттестации*

ВОПРОСЫ К ЭКЗАМЕНУ:

Психология журналистики как наука. Объект и предмет изучения психологии журналистики. Задачи курса. Концептуальные проблемы данной дисциплины. Социально-психологические функции СМИ.

Аудитория как объект воздействия и как субъект взаимодействия в СМИ. Российский менталитет как основной фактор интереса журналистского творчества. Характеристика и концептуальные составляющие российского менталитета.

Факторы формирования интереса аудитории. Восприятие в контексте диалога с массовой аудиторией. Внимание, типы внимания потребителя СМИ.

Интерес как базисное психологическое понятие в журналистике. Индикаторы интереса. Классификация интересов (по масштабу охвата аудитории, по содержанию).

Пирамида потребностей А. Маслоу в контексте анализа рыночной журналистики. Эффективность в СМИ. Подходы к измерению эффективности медиатекста. Психологические механизмы эффективного диалога в СМИ. Правила создания эффективного медиатекста. Схема успешного материала.

Массовое сознание: определение, структура, субъекты и носители массового сознания. История становления.

Специфика массового сознания. Психограмма масчеловека.

Аксиологическая характеристика массового человека. Своеобразие картины мира масчеловека.

История исследований медиавоздействия: теория пули, модель ограниченного воздействия, гипотеза культивации информации.

Роль психологических теорий в повышении эффективности журналистики, в обеспечении оптимального взаимодействия СМИ и аудитории.

Социально-психологические теории (теория управляемого социального развития А. Грамши, П. Сорокина, М. Фуко, К. Манхейма).

В. М. Бехтерев: теория подражания и внушения. Внушение: понятие, классификация. История вопроса. Теория рационального внушения.

Психология массовых коммуникаций (Э. Дихтер, В. Пэккард, Луи Ческин и др.). «Сублиминальное кино» Джеймса Вайкери.

Методы и технологии социально-психологического воздействия на аудиторию (методы: подражание, внушение, заражение, убеждение). Формирующий и манипулятивные способы воздействия. Манипуляция: сущность, черты и свойства.

Бихевиоризм как наука о поведении. Теория подкрепления и научения.

Возможности и проблемы использования технологии бихевиоризма в работе журналиста.

Теория когнитивизма. Ее значение в исследовании психологических процессов массовой коммуникации (личностный конструкт, эффект прайминга). Конгруэнтность. Гипотеза гомеостаза. Соответствие эмоционального и интеллектуального компонентов установки.

Гештальт-психология: проблема создания и восприятия медиатекста (атрибуты конструирования эйдосферы). Образы как продукт работы воображения, основные психологические операции, посредством которых создаются образы. Положения гештальт-психологии (здесь и теперь, расширение сознания, работа с противоположностями, амбивалентность чувства).

Проблема использования психоанализа З. Фрейда в отечественной журналистике. Структура личности. Теория драйв-мышления. Симптомы «гедонистического риска».

Характеристика защитных механизмов человеческой психики (механизмы психологической защиты аудитории). Проблема использования «классического фрейдизма» в отечественных СМИ.

Постфрейдизм и проблемы межличностной и массовой коммуникации: А. Адлер (индивидуальная психология), Карен Хорни (социальный фрейдизм), Э. Эриксон (ЭГО-

психология), Э. Берн (транзакционный анализ), В. Франкл (экзистенциальная психотерапия).

Аналитическая психология. Психология К. Юнга. Теория архетипов: сущность и понятие, структура, разновидности, основные приемы создания, проблема эффективности использования в журналистике.

Гуманистический психоанализ: Э. Фромм (социально-психологические проблемы взаимоотношения человека и общества, концепция личности, теория деструктивных типов, теория стимулов).

Тематика насилия и страха в современных СМИ: психологические аспекты реализации.

Информационно-психологические войны: понятие, классификация, черты. Пространство воздействия: физическое, информационное, когнитивное. Этапы проведения ИПВ, характеристика модели ИПВ, причины и цели ИПВ. Роль журналистики в глобальной информационно-психологической войне. Информационное оружие: понятие, виды. Способы противостояния и формы защиты.

Социально-психологические проблемы современной отечественной журналистики.

4. Методические материалы, определяющие процедуру оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

4.1. Описание процедур проведения текущего контроля успеваемости студентов

В таблице представлено описание процедур проведения контрольно-оценочных мероприятий текущего контроля успеваемости студентов, в соответствии с рабочей программой дисциплины, и процедур оценивания результатов обучения с помощью спланированных оценочных средств.

Наименование оценочного средства	Описания процедуры проведения контрольно-оценочного мероприятия и процедуры оценивания результатов обучения
Индивидуальное творческое задание	<i>Индивидуальные творческие задания выдаются на практических занятиях, предшествующих изучению предлагаемой темы. Индивидуальные задания должны быть выполнены в установленный преподавателем срок и в соответствии с требованиями к оформлению (текстовой и визуальной частей). Выполненные задания в назначенный срок сдаются на проверку</i>
Дискуссия. Круглый стол	<i>Дискуссии проводятся во время части лекционных или практических занятий. Круглый стол готовится заранее, преподаватель на практическом занятии, предшествующем занятию проведения круглого стола, доводит до обучающихся тему круглого стола, задания и вопросы для проведения круглого стола</i>
Кейс-задача. Проектная мастерская	<i>Преподаватель не менее чем за 2 недели до срока решения кейс-задач должен довести до сведения обучающихся предлагаемые кейс-задачи. Вариантом кейс-задачи является проектная мастерская. Проектная мастерская ориентирована на выполнение комплекса теоретических (учебных) и прикладных (профессиональных) заданий, представляет собой разновидность совместной деятельности обучающихся и преподавателя с целью решения профессионально-ориентированных задач путем творческого представления результатов исследовательской работы</i>

	<p>студентов, а также игрового моделирования актуальных психотехнологий профессиональной деятельности. Преподаватель заранее знакомит студентов с критериями оценивания.</p> <p>Студенты могут распределяться по группам (3-4 человека) для выполнения задания.</p>
Тестирование	<p>Тестирование проводится по результатам освоения разделов дисциплины во время практических занятий. Во время проведения тестирования пользоваться учебниками, справочниками, конспектами лекций, тетрадями для практических занятий не разрешено. Преподаватель на практическом занятии, предшествующем занятию проведения теста, доводит до обучающихся: темы, количество заданий в тесте время выполнения.</p>
Творческая контрольная работа	<p>Средство проверки умений применять полученные знания для решения задач определенного типа по теме или разделу.</p> <p>Творческая контрольная работа является не обязательной, выполняется по желанию студента, она позволяет получить дополнительные баллы, отработать пропущенные по уважительной причине занятия. Студент выбирает тему контрольной работы из предложенного преподавателем списка согласно собственному научному интересу и практическому опыту в СМИ. ТКР представляет собой научную рефлексию студента по определенной теме и обязательно включает анализ деятельности СМИ, структур по СО и рекламе или медиадискурса. Во время выполнения ТКР можно пользоваться научной литературой учебниками, справочниками, конспектами лекций, тетрадями для практических занятий.</p>
Ролевая игра	<p>Совместная деятельность группы обучающихся и преподавателя под управлением преподавателя с целью решения учебных и профессионально-ориентированных задач путем игрового моделирования реальной проблемной ситуации. Позволяет оценивать умение анализировать и решать типичные профессиональные задачи.</p> <p>Может быть использовано для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности обучающихся</p>
Терминологический диктант	<p>Терминологический диктант проводится в течение не более 30 минут во время лекционных или практических занятий. Во время проведения терминологического диктанта пользоваться учебниками, справочниками, конспектами лекций, тетрадями для практических занятий не разрешено.</p> <p>Преподаватель на предшествующем занятии доводит до обучающихся: тему ТД, проблемные вопросы ТД, количество заданий в ТД, время выполнения ТД, критерии оценки ТД</p>
Доклад. Медиапрезентация	<p>Индивидуальные творческие задания, подразумевающие устное выступления с использованием компьютерных технологий (презентация Power Point, Flash-презентация, видео-презентация и др.), выдаются на практических занятиях, предшествующих изучению предлагаемой темы. Преподаватель знакомит студентов с критериями оценивания. Индивидуальные творческие задания должны быть выполнены к занятию по изучению предлагаемой темы и в соответствии с требованиями к оформлению, которые в начале освоения дисциплины передаются группе. Выполненное</p>

	<i>задание предъявляется студентом на занятии по изучению предлагаемой темы.</i>
<i>Составление обобщающей таблицы: организация работы с различным типом текстов по обобщению, систематизации и структурированию учебной информации</i>	<i>Обобщающая таблица может быть предложена студентам для составления на практическом занятии или во внеучебное время после изучения конкретной темы. Преподаватель на занятии доводит до сведения студентов название обобщающей таблицы, знакомит с критериями оценивания. Преподаватель предлагает учащимся опорные конструкты таблицы, позволяющие студентам в процессе работы с учебной литературой и эмпирическим материалом структурировать научные и практические данные. В назначенный срок студенты сдают выполненные задания на проверку</i>
<i>Эссе-рецензия</i>	<i>Преподаватель на практическом занятии предлагает студентам выбрать источники (источник) по проблематике лекционно-практического курса: научный текст, медиатекст, знакомит студентов с критериями оценивания. Написанные и оформленные в соответствии с требованиями эссе-рецензии в назначенный срок сдаются на проверку преподавателю.</i>
<i>Коллективная лекция, лекция-диалог</i>	<i>Лекция подразумевает интерактивное общение с аудиторией, формулировку проблемных вопросов по рассматриваемой теме, вовлечение студентов в разбор конкретных ситуаций. Возможно проведение подобной лекции вдвоем, с участием другого преподавателя или ранее подготовленного студента. По результатам активного участия отдельных студентов в обсуждении вопросов выставляются положительные оценки.</i>
<i>Лекция пресс-конференция</i>	<i>Лекция с участием одного или двух лекторов-преподавателей. Проводится в формате вопрос-ответ. Студенты заранее ознакомлены с темой лекции, с критериями оценивания их работы, и готовят соответствующие вопросы лекторам (спикерам).</i>
<i>Лекция-провокация</i>	<i>Преподаватель заранее предупреждает о подобном формате лекционного занятия. Во время чтения лекции преподаватель сознательно допускает фактические и терминологические ошибки, которые должны быть обнаружены студентами. Итоги работы студентов подводятся в конце лекционного занятия во время обсуждения допущенных ошибок: вначале лектор заслушивает студентов с вариантами допущенных ошибок и аргументацией своей позиции, далее оглашает реальный перечень ошибок, комментирует выводы студентов и выставляет оценки.</i>

4.2. Описание процедур проведения промежуточной аттестации

Экзамен

При определении уровня достижений обучающихся на экзамене обращается особое внимание на следующее:

- дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос;
- показана совокупность осознанных знаний об объекте, проявляющаяся в свободном оперировании понятиями, умении выделить существенные и несущественные признаки, причинно-следственные связи;
- знание об объекте демонстрируются на фоне понимания его в системе данной дисциплины и междисциплинарных связей;
- ответ формулируется в терминах дисциплины, изложен литературным языком, логичен, доказателен, демонстрирует авторскую позицию обучающегося;

- теоретические постулаты подтверждаются примерами из практики функционирования СМИ.