

Министерство культуры Российской Федерации  
ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный институт культуры»  
Социально-гуманитарный факультет  
Кафедра педагогики, психологии и физической культуры

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ**  
по учебной дисциплине  
**МЕДИАПСИХОЛОГИЯ**

Направление подготовки  
**42.04.05 Медиакоммуникации**

Профиль подготовки  
**«Медиаменеджмент»**

Квалификация (степень) выпускника  
**МАГИСТР**

**Форма обучения:**  
Заочная

Утвержден на заседании кафедры  
15.09.2022, протокол 1.  
Переутвержден на заседании кафедры  
01.06.2023, протокол 9.

Составитель: \_\_\_\_\_ Григоренко Н.Н.

Кемерово, 2022 г.

## Фонд оценочных средств

### 1. Перечень оцениваемых компетенций:

**УК-3** – Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели;

**УК-6** – Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки;

**ОПК-4** – Способен анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты.

### 2. Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)

Изучение дисциплины направлено на формирование следующих компетенций (УК, ОПК) и индикаторов их достижения.

Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенций		
	знать	уметь	владеть
УК – 3. Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели	<ul style="list-style-type: none"> <li>- особенности, правила и приемы социального взаимодействия в команде (31);</li> <li>- особенности поведения выделенных групп людей, с которыми осуществляет взаимодействие, учитывать их в своей деятельности (32);</li> <li>- основные теории мотивации, лидерства (33);</li> <li>- стили лидерства и возможности их применения в различных ситуациях (34);</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- организовать собственное социальное взаимодействие в команде (У1);</li> <li>- определять свою роль в команде (У2);</li> <li>- принимать рациональные решения и обосновывать их (У3);</li> <li>- планировать последовательность шагов для достижения заданного результата (У4);</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками организации работы в команде для достижения общих целей (В1);</li> <li>- навыками аргументированного изложения собственной точки зрения, ведения дискуссии и полемики (В2);</li> </ul>
УК-6. Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки	<ul style="list-style-type: none"> <li>- сущность личности и индивидуальности, структуру личности и движущие силы ее развития (35);</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- выстраивать индивидуальную образовательную траекторию развития (У5);</li> <li>- анализировать эффективность, планировать свою профессионально-образовательную деятельность (У6);</li> <li>- критически оценивать эффективность использования времени и других ресурсов при решении поставленных задач, а также</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками эффективного целеполагания (В3);</li> <li>- приемами организации собственной познавательной деятельности (В4);</li> <li>- приемами саморегуляции, регуляции поведения в сложных, стрессовых ситуациях (В5);</li> </ul>

		относительно полученного результата (У7); - применять разнообразные способы, приемы техники самообразования и самовоспитания на основе принципов образования в течение всей жизни (У8);	
ОПК-4. Способен анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты	- запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности (З6); - методы исследования и выявления потребностей общества и аудитории в профессиональной деятельности (З7)	- соотносить социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп (У9); - учитывать основные характеристики целевой аудитории при создании медиапроектов и (или) медиапродуктов (У10)	- методами исследования и выявления потребностей общества и аудитории в профессиональной деятельности (В6)

### 3. Формируемые компетенции в структуре учебной дисциплины и средства их оценивания

№ п/ п	Разделы (темы) дисциплины	Код оцениваемой компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (ЗУВ)	Оценочное средство
1	Предметное поле медиапсихологии. Методы медиапсихологии	УК-3, УК-6, ОПК-4	31, 32, 33, 34, 35, 36, 37, У1, У2, У3, У4, У5, У6, У7, У8, У9, У10, В1, В2, В3, В4, В5, В6	Контроль участия в проблемных лекциях
2	История становления и развития массмедиа. Массмедиа как психологический феномен	УК-3, УК-6, ОПК-4	31, 32, 33, 34, 35, 36, 37, У1, У2, У3, У4, У5, У6, У7, У8, У9, У10, В1, В2, В3, В4, В5, В6	Контроль участия в проблемных лекциях. Опрос-дискуссия.  Эссе (на выбор): 1. Медиа как агент социализации. 2. Теории социализации и эффекты воздействия СМИ. 3. Роль медиа в социальном конструировании реальности. 4.

				Формирование стереотипов и социальных представлений в процессе массовых коммуникаций.
3.	Массмедиа и культура. Фактор культуры в медиапсихологических исследованиях.	УК-3, УК-6, ОПК-4	31, 32, 33, 34, 35, 36, 37, У1, У2, У3, У4, У5, У6, У7, У8, У9, У10, В1, В2, В3, В4, В5, В6	<p>Опрос-дискуссия:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Культурные различия в медиаповедении людей.</li> <li>- Культурная самоидентификация личности в современном медиапространстве.</li> <li>- Медиамир, культурно-психологическое пространство, переходы и барьеры культурных границ личности.</li> </ul> <p>Мозговой штурм, самооценка</p>
4	Психология медиапроизводства в поликультурном мире. Психологические основы функционирования медиа	УК-3, УК-6, ОПК-4	31, 32, 33, 34, 35, 36, 37, У1, У2, У3, У4, У5, У6, У7, У8, У9, У10, В1, В2, В3, В4, В5, В6	<p>Контроль участия в проблемных, интерактивных лекциях.</p> <p>Дискуссия на лекции: Анализ факторов роста значимости СМИ в современном обществе. Двусторонняя зависимость массмедиа и аудитории. Дифференцирующие и интегрирующие медиасообщения как направленность на различные социальные группы аудитории. Социально-психологические аспекты новых информационных технологий (прямой эфир, режим «он-лайн» периодических изданий и т.п.). Модели медиаинститутов и их роль в социализации личности.</p>
5	Психология продвижения и потребления медиапроектов. Психология восприятия и отношения к медиапроектам	УК-3, УК-6, ОПК-4	31, 32, 33, 34, 35, 36, 37, У1, У2, У3, У4, У5, У6, У7, У8, У9, У10, В1, В2, В3, В4, В5, В6	Контроль участия в проблемных, интерактивных лекциях.
6	Анализ современных исследований в области медиаэффектов. Психология медиакommunikat	УК-3, УК-6, ОПК-4	31, 32, 33, 34, 35, 36, 37, У1, У2, У3, У4, У5, У6, У7, У8, У9, У10, В1, В2, В3, В4, В5, В6	<p>Контроль участия в проблемных, интерактивных лекциях.</p> <p>Опрос-дискуссия, мозговой штурм.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Защита докладов (с презентацией).</li> </ul> <p>1. Эффект Бартлета.</p>

	ивного взаимодействия массмедиа и молодежной аудитории.			<p>2. Эффект ореола.</p> <p>3. Эффект реактенса.</p> <p>4. Эффект привыкания.</p> <p>5. Эффект Барнума.</p> <p>6. Эффект насыщения.</p> <p>7. Эффект бумеранга.</p> <p>8. Эффект иллюзии знаний (Ноэлле-Нойманн).</p> <p>9. «Болезнь развлечения» (Хольтц-Бах).</p> <p>10. «Закон вымышленной действительности».</p> <p>11. Эффект третьего лица.</p> <p>12. «Сеть удовольствий» Веннера.</p> <p>13. Теория управления настроением Д. Цельмана.</p> <p>14. Гипотеза основного направления.</p> <p>15. Процессуальная модель исследования фрейминг-процессов (Шойфелле).</p> <p>16. Модель двухступенчатого потока коммуникации Лазерсфельда, Берельсона и Годэ.</p> <p>17. Культивация мнений Г. Гербнера.</p> <p>18. Усталость от сочувствия (Местрович).</p> <p>19. Модели маркетингового отклика (когнитивные, аффективные, интегративные, модели низкой вовлеченности).</p> <p>20. Теория унифицированных последствий.</p> <p>21. Модель оценки стимула Клауса Шерера (критерии оценки: релевантность, импликация, способность к преодолению, соответствие нормам).</p> <p>22. Концепт содержательности СМИ (Райс).</p> <p>Взаимный контроль и оценка знаний в парах /микрогруппах</p>
7	Медиаиммунитет и медиакомпетентность как условия эффективного поведения и информационной	УК-3, УК-6, ОПК-4	31, 32, 33, 34, 35, 36, 37, У1, У2, У3, У4, У5, У6, У7, У8, У9, У10, В1, В2, В3, В4, В5, В6	<p>Опрос-дискуссия, мозговой штурм.</p> <p>1. Роль и функции культурно-психологической компетентности в процессе осуществления медиакоммуникативного взаимодействия.</p>

	безопасности личности в современном медиамире.			2. Анализ программ формирования медиакомпетентности. 3. Разработка рекомендаций по развитию медиаиммунитета личности.
--	--	--	--	--

#### 4. Оценочные средства по дисциплине для текущего контроля и описание критериев оценивания

##### 4.1. Описание критериев оценивания компетенций на различных уровнях их формирования

**При выставлении оценки преподаватель учитывает:** логику, структуру, стиль ответа; культуру речи, манеру общения; готовность к дискуссии, аргументированность ответа; уровень самостоятельного мышления; умение приложить теорию к практике, решить задачи.

**Нулевой уровень («неудовлетворительно»).** Результаты обучения студента свидетельствуют:

**З)** об усвоении им некоторых элементарных знаний, но студент не владеет понятийным аппаратом изучаемой предметной области (учебной дисциплины);

**У)** не умеет установить связь теории с практикой;

**В)** не владеет способами решения практико-ориентированных задач.

**Первый уровень - пороговый («удовлетворительно»).** Достигнутый уровень оценки результатов обучения студента показывает:

**З)** знания имеют фрагментарный характер, отличаются поверхностностью и малой содержательностью; студент раскрывает содержание вопроса, но не глубоко, бессистемно, с некоторыми неточностями;

**У)** слабо, недостаточно аргументированно может обосновать связь теории с практикой;

**В)** способен понимать и интерпретировать основной теоретический материал по дисциплине.

**Второй уровень повышенный («хорошо»).** Студент на должном уровне:

**З)** раскрывает учебный материал: даёт содержательно полный ответ, требующий незначительных дополнений и уточнений, которые он может сделать самостоятельно после наводящих вопросов преподавателя;

**У)** демонстрирует учебные умения и навыки в области решения практико-ориентированных задач;

**В)** владеет способами анализа, сравнения, обобщения и обоснования выбора методов решения практико-ориентированных задач.

**Третий уровень продвинутый («отлично»).** Студент, достигающий должного уровня:

**З)** даёт полный, глубокий, выстроенный логично по содержанию вопроса ответ, используя различные источники информации, не требующий дополнений и уточнений;

**У)** доказательно иллюстрирует основные теоретические положения практическими примерами;

**В)** способен глубоко анализировать теоретический и практический материал, обобщать его, самостоятельно делать выводы, вести диалог и высказывать свою точку зрения.

##### 4.2. Перечень вопросов для устного опроса. Вопросы занятий содержат информационную, аналитическую, логическую составляющие в соответствии с темой семинарских занятий.

1. Как медиа представляют отдельные социальные группы? Действительно ли эти представления точны? Если бы вам предложили выбрать десять медиатекстов, которые могли бы рассказать о России иностранцам, что бы вы выбрали? Почему именно эти медиатексты?
2. Какие политические, социальные и культурные стереотипы отображены в данном медиатексте? Видны ли там признаки девиантного поведения, сексизма, конформизма, тревоги, стереотипности мышления, конфликта поколений, высокомерия, снобизма, одиночества и т.д.?

3. Почему аудитория принимает некоторые стереотипные медийные репрезентации, как истинные, и отклоняют другие, как ложные?
4. Возможны ли различные интерпретации стереотипных медиатекстов и их персонажей? Или стереотипность изначально предполагает одинаковые трактовки медиатекстов?
5. Воздействуют ли стереотипные медийные репрезентации на нашу точку зрения об отдельных социальных группах или проблемах?
6. На какие группы современного общества медийные стереотипы воздействуют наиболее сильно? Почему?
7. Можно ли избавиться от воздействия медийных стереотипов на общество?

#### **Критерии оценивания ответов студентов:**

1. Уровень усвоения материала, предусмотренного программой.
2. Умение анализировать материал, устанавливать причинно-следственные связи.
3. Ответы на вопросы: полнота и точность, аргументированность, убежденность, умение использовать ответы на вопросы для более полного раскрытия содержания вопроса
4. Качество ответа (его общая композиция, логичность, убежденность, общая эрудиция, культура речи)
5. Использование дополнительной литературы при подготовке ответов.

**Оценка «отлично»** - магистрант логично изложил содержание своего ответа на вопрос, при этом выявленные знания примерно соответствовали объему и глубине их раскрытия не только в учебнике, но и дополнительных информационных источников; правильно использовал научную терминологию в контексте ответа; верно, в соответствии с вопросом характеризовал основные педагогические факты, процессы, концепции, выделяя их существенные признаки, закономерности развития; объяснил причинно-следственные и функциональные связи педагогических фактов, процессов, явлений; обнаружил умение раскрывать на примерах относящиеся к вопросу теоретические положения и понятия педагогической науки; показал умение формулировать на основе приобретенных знаний собственные суждения и аргументы по определенным проблемам; проявил умения сравнивать педагогические факты, процессы, концепции, выявляя их общие черты и различия; выстроил ответ логично, последовательно.

Степень проявления каждого из перечисленных умений определяется содержанием вопроса.

**Оценка «хорошо»** - магистрант допустил малозначительные ошибки, или недостаточно полно раскрыл содержание вопроса, а затем не смог в процессе беседы самостоятельно дать необходимые поправки и дополнения, или не обнаружил какое-либо из необходимых для раскрытия данного вопроса умение.

**Оценка «удовлетворительно»** - в ответе допущены значительные ошибки, или в нем не раскрыты некоторые существенные аспекты содержания, или студент не смог показать необходимые умения.

**Оценка «неудовлетворительно»** - в ответе допущены значительные ошибки, свидетельствующие о недостаточном уровне подготовки учащегося.

#### **4.3. Тематика сообщений/докладов**

1. Эффект Бартлета.
2. Эффект ореола.
3. Эффект реактенса.
4. Эффект привыкания.
5. Эффект Барнума.
6. Эффект насыщения.
7. Эффект бумеранга.
8. Эффект иллюзии знаний (Ноэлле-Нойманн).
9. «Болезнь развлечения» (Хольц-Бах).
10. «Закон вымышленной действительности».

11. Эффект третьего лица.
12. «Сеть удовольствий» Веннера.
13. Теория управления настроением Д. Цельмана.
14. Гипотеза основного направления.
15. Процессуальная модель исследования фрейминг-процессов (Шойфелле).
16. Модель двухступенчатого потока коммуникации Лазерсфельда, Берельсона и Годэ.
17. Культивация мнений Г. Гербнера.
18. Усталость от сочувствия (Местрович).
19. Модели маркетингового отклика (когнитивные, аффективные, интегративные, модели низкой вовлеченности).
20. Теория унифицированных последствий.
21. Модель оценки стимула Клауса Шерера (критерии оценки: релевантность, импликация, способность к преодолению, соответствие нормам).
22. Концепт содержательности СМИ (Райс).

#### **Критерии оценки сообщения (доклада) / презентации**

<b>Показатели оценки</b>	<b>Критерии оценки</b>
1. Новизна предлагаемого /презентуемого текста	- актуальность проблемы и темы; - новизна и самостоятельность в постановке проблемы; - наличие авторской позиции, самостоятельность суждений.
2. Степень раскрытия проблемы	- соответствие содержания теме и плану доклада; - умение работать с литературой, систематизировать и структурировать материал; - умение обобщать, сопоставлять различные точки зрения по рассматриваемому вопросу, аргументировать основные положения и выводы.
3. Эрудированность автора по изученной теме	- степень знакомства автора работы с актуальным состоянием изучаемой проблематики; - полнота цитирования источников, степень использования в работе результатов исследований и установленных научных фактов.
4. Личные заслуги автора доклада / презентации	- дополнительные знания, использованные при написании работы, которые получены помимо предложенной образовательной программы; - новизна поданного материала и рассмотренной проблемы; - уровень владения тематикой и научное значение исследуемого вопроса
5. Соблюдение требований к оформлению	- правильное оформление ссылок на используемую литературу; - грамотность, культура изложения и оформления слайдов; - владение терминологией и понятийным аппаратом проблемы; - соблюдение требований к объему доклада и презентации; - культура оформления.
6. Грамотность	- отсутствие орфографических и синтаксических ошибок, стилистических погрешностей; - отсутствие опечаток, сокращений слов, кроме общепринятых; - научный и доступный стиль изложения.

**Оценка «отлично»** - учебный материал освоен студентом в полном объеме, легко ориентируется в материале, полно и аргументировано отвечает на дополнительные вопросы,



излагает материал логически последовательно, делает самостоятельные выводы, умозаключения, демонстрирует кругозор, использует материал из дополнительных источников, интернет ресурсы. Сообщение носит исследовательский характер. Речь характеризуется эмоциональной выразительностью, четкой дикцией, стилистической и орфоэпической грамотностью. Использует наглядный материал (презентация).

**Оценка «хорошо»** - по своим характеристикам сообщение студента соответствует характеристикам отличного ответа, но студент может испытывать некоторые затруднения в ответах на дополнительные вопросы, допускать некоторые погрешности в речи. Отсутствует исследовательский компонент в сообщении.

**Оценка «удовлетворительно»** - студент испытывал трудности в подборе материала, его структурировании. Пользовался, в основном, учебной литературой, не использовал дополнительные источники информации. Не может ответить на дополнительные вопросы по теме сообщения. Материал излагает не последовательно, не устанавливает логические связи, затрудняется в формулировке выводов. Допускает стилистические и орфоэпические ошибки.

**Оценка «неудовлетворительно»** - сообщение студентом не подготовлено либо подготовлено по одному источнику информации либо не соответствует теме.

#### 4.4. Эссе

1. Медиа как агент социализации.
1. Теории социализации и эффекты воздействия СМИ.
2. Роль медиа в социальном конструировании реальности.
3. Формирование стереотипов и социальных представлений в процессе массовых коммуникаций.
4. Факторы роста значимости СМИ в современном обществе.
5. Двусторонняя зависимость массмедиа и аудитории.
6. Дифференцирующие и интегрирующие медиасообщения как направленность на различные социальные группы аудитории.
7. Социально-психологические аспекты новых информационных технологий (прямой эфир, режим «он-лайн» периодических изданий и т.п.).
8. Модели медиаинститутов и их роль в социализации личности.

**Критерии оценки:** «зачтено» – соответствие работы теме, полнота раскрытия темы, осмысленность материала и его соотнесение с действительностью, последовательность изложения, оригинальность и самостоятельность суждений, речевое оформление (точность, богатство, разнообразие языковых средств), стилевое единство и выразительность речи  
«не зачтено» – тема раскрыта не полностью, изложение не логичное и неаргументированное, материал не соотнесён с действительностью, не прослеживается собственная точка зрения на проблему.

### 5. Оценочные средства по дисциплине для промежуточного контроля

#### 5.1 Задания в тестовой форме

1. Медиapsихология – это наука, предметом которой являются:
  - а. особенности психического состояния и поведения индивида в группе, массе и коллективе, а также специфика совокупной, то есть совместной групповой, коллективной и массовой психической жизнедеятельности людей;
  - б. закономерные связи субъекта с природным и социокультурным миром, запечатленные в системе чувственных и умственных образов этого мира, мотивов, побуждающих действовать, а также в самих действиях, переживаниях своего отношения к другим людям
  - в. и самому себе, в свойствах личности как ядра этой системы;
  - г. объяснение поведения человека, обусловленное влиянием массмедиа на личность;
  - д. человеческое поведение в его выборе между альтернативами под влиянием экономических и психологических факторов.

2. К смежным областям знания медиапсихологии относится:

- а. социология;
- б. педагогическая психология;
- в. философия;
- г. экономическая теория;
- д. психология массовых коммуникаций.

3. К задачам медиапсихологических исследований относятся:

- а. маркетинговые исследования аудитории;
- б. изучение индивидуально-психологических различий людей;
- в. исследование эффектов массмедиа на личность;
- г. анализ влияния искусства на качество жизни человека.

4. Эффект иллюзии знаний Ноэлле-Нойманна проявляется в:

- а. ошибочности восприятия знаний;
- б. размышления личности о том соответствует ли информация действительности;
- в. изменение мнений личности о том или ином событии.

5. Модель двухступенчатого потока коммуникации Лазерсфельда предусматривает:

- а. два этапа влияния информации – от СМИ к лидеру общественного мнения и от лидера общественного мнения к «человеку с улицы»;
- б. два этапа воздействия от личности к личности;
- в. два этапа влияния – от СМИ к людям.

6. Медиаобразование это:

- а. анализ контекста массовой коммуникации с точки зрения соблюдения принципов информационно-психологической безопасности;
- б. обеспечение коллективного восстановления с помощью медиа;
- в. направление в науки, направленное на формирование навыков использования массмедиа в интересах потребителей, овладение личностью антиманипулятивными стратегиями.

7. Культурно-психологическая компетентность это:

- а. интегральная акмеологическая характеристика личности, влияющая на успешность личности и являющаяся одним из главных психологических условий актуализации потенциальных возможностей личности;
- б. способность личности ориентироваться в общественной жизни, понимать общественные явления и тенденции развития социума, принимать ценности общества и человечества, строить на их основе свое поведение и отношение к окружающим.
- в. интегральное социально-психологическое свойство личности, обеспечивающее эффективное взаимодействие личности с различными культурами; условие и результат успешной социализации, культурной идентификации, социальной адаптации и развития личности; выполняет функцию расширения представлений личности о себе и окружающем мире, о тех способах и стратегиях взаимодействия с собой и с окружающим миром, которые вырабатываются и поддерживаются в данном культурном социуме.

8. Какая из нижеследующих теорий медиакультуры основана на изучении знаковых систем? (нужно выбрать только один вариант ответа)

- а. эстетическая
- б. протекционистская

- в. семиотическая
- г. идеологическая

9. Какое из приведенных ниже слов НЕ имеет отношения к теории медиакультуры?  
(нужно выбрать только один вариант ответа)

- а. репрезентация
- б. аудитория
- в. категория
- г. медиана

10. Какой из данных ученых впервые обосновал теоретическую концепцию «глобальной деревни» по отношению к медиа? (нужно выбрать только один вариант ответа)

- а. Дж.Гербнер
- б. М.Маклюен
- в. Г.Лассуэл
- г. У.Эко

11. В какой из приведенных ниже 4-х фраз содержится ошибка? (нужно выбрать только один вариант ответа)

- а. аудиовизуальное мышление – творческая деятельность, основанная на эмоционально-смысловом соотнесении и образных обобщениях частей экранного текста.
- б. коллаж – использование разнотипных объектов и фактур в одном медиатексте.
- в. агентство медиа – совокупность технических средств, людей, создающих и распространяющих медиатексты.
- г. все средства массовой коммуникации всегда отражают точку зрения государственной власти на социокультурные процессы.

12. Расположите приведенные ниже виды фазы создания аудиовизуального медиатекста в порядке логической последовательности этапов.

- а. заявка
- б. съемочный процесс
- в. сценарий
- г. замысел

13. Какая из приведенных ниже функций НЕ имеет отношения к медиакультуре?  
(нужно выбрать только один вариант ответа)

- а. терапевтическая
- б. информационная
- в. развлекательная
- г. вегетативная

14. Какие из приведенных ниже умений НЕ имеют отношения к медиакультуре?  
(нужно выбрать только один вариант ответа)

- а. перцептивные
- б. селективные
- в. кинологические
- г. аналитические

15. В какой из приведенных ниже 4-х фраз содержится ошибка? (нужно выбрать только один вариант ответа)

- а. теория «потребления и удовлетворения» в области медиакультуры предполагает, что

аудитория активно отбирает для себя медиатексты, которые удовлетворяют тем или иным ее запросам.

- б. средства массовой коммуникации – технические средства создания, записи, копирования, тиражирования, хранения, распространения, восприятия информации и обмена ею между агентством (источником информации) и массовой аудиторией.
- в. экранные искусства – аудиовизуальные искусства, основанные на экранной форме воспроизведения действительности.
- г. критическая автономия в области медиакультуры – абсолютная независимость критических суждений о медиатексте, ни в чем не совпадающая с суждениями других людей.

16. Какая из нижеследующих теорий медиакультуры основана на предположении о сильном и прямом воздействии любого медиатекста на аудиторию, вызывающем немедленную ответную реакцию? *(нужно выбрать только один вариант ответа)*

- а. культурологическая
- б. инъекционная
- в. социокультурная
- г. эстетическая

17. Продолжите фразу: Манипулятивное воздействие произведений медиакультуры – это ... *(нужно выбрать только один вариант ответа)*

- а. система способов и приемов аудиовизуального монтажа.
- б. система манипуляций при создании медиатехники.
- в. система способов и приемов воздействия на сознание аудитории с целью навязывания каких-либо идей и/или введения в заблуждение.
- г. система медитационных движений при контакте с произведениями медиакультуры.

18. Восприятие есть процесс (результат) построения образа объекта в перцептивном пространстве субъекта при ...

- а. его непосредственном взаимодействии с этим объектом
- б. отсутствие взаимодействия
- в. его опосредованном взаимодействии с этим объектом
- г. отсутствии воспринимаемого предмета

19. Понимание другого человека путем отождествления себя с ним называется....

- а. социально-психологической рефлексией
- б. стереотипизацией
- в. эмпатией
- г. идентификацией

20. Пример рисунка, который воспринимается то как ваза, то как два человеческих профиля, иллюстрирует закон ...

- а. симметрии
- б. фигуры и фона
- в. константности
- г. транспозиции

### ***Ключ к тесту***

- 1. в
- 2. а, д
- 3. в
- 4. а

5. а
6. в
7. в
8. в
9. г
10. б
11. г
12. г, в, а, б
13. г
14. в
15. б;
16. в
17. в
18. а
19. в
20. в

***Шкала оценивания:***

- 100-90% - «отлично»;
- 89-75% - «хорошо»;
- 74-60% - «удовлетворительно»;
- ниже 60% - «неудовлетворительно».

При 20 заданиях в тесте

- 20-18 - «отлично»;
- 17-15 - «хорошо»;
- 14-12 - «удовлетворительно»;
- 11 и ниже - «неудовлетворительно».

## **5.2 Вопросы к зачету по дисциплине «Медиапсихология».**

Предмет, задачи и принципы медиапсихологии. Взаимосвязь медиапсихологии с другими науками.

2. Развитие и становление зарубежных и отечественных исследований в области медиакоммуникаций.

3. Современное состояние медиапсихологических исследований.

4. Методы медиапсихологии.

5. История эмпирического изучения массмедиа. Теории и модели массовых коммуникаций. 6.

Социально-психологические функции медиа в современном обществе.

7. Массмедиа и культура: эффекты взаимодействия.

8. Медиакультура как социально-психологический феномен. Социальные представления о медиакультуре.

9. Психология медиакультуры в поликультурном мире. Теоретическая и практическая значимость исследования медиакультуры.

10. Перспективные направления изучения медиакультуры в рамках медиапсихологии.

11. Двусторонняя зависимость массмедиа и аудитории. Теории и эффекты влияния СМИ на аудиторию.

12. Психологические основы функционирования медиа. Психологические методы воздействия массмедиа на аудиторию.

13. Продвижение медиапроектов как социально - психологический феномен.

14. Психология восприятия медиапродукции массмедиа и отношения личности к медиапродуктам.

15. Психология потребления медиапродукции.

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

#### ***Критерии оценивания***

**«Зачтено»** выставляется, если обучающийся достиг уровней формирования компетенций: продвинутый, повышенный, пороговый - магистрант свободно ориентируется в материале, демонстрирует хорошее знание понятийно-категориального аппарата психологии и педагогики профессионального образования, умеет анализировать педагогические проблемы; высказывает собственную точку зрения на раскрываемые проблемы; четко грамотно формулирует свои мысли; демонстрирует учебные умения и владения в области решения практико-ориентированных задач.

**«Не зачтено»** соответствует нулевому уровню формирования компетенций; магистрант демонстрирует поверхностные знания материала, который мало информативен; затрудняется в ответах на вопросы; не знает сущности основных педагогических понятий, испытывает трудности в анализе педагогических проблем, допускает принципиальные ошибки в выполнении предусмотренных программой заданий.

#### **Шкала перевода баллов в оценки при промежуточной аттестации в форме зачета**

<b>Уровень формирования компетенции</b>	<b>Оценка</b>	<b>Минимальное количество баллов</b>	<b>Максимальное количество баллов</b>
<b>Пороговый и выше</b>	Зачтено	60	100
<b>Нулевой</b>	Не зачтено	0	59