

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Наумова Наталия Александровна
Должность: Ректор
Дата подписания: 24.10.2024 14:21:41
Уникальный программный ключ:
6b5279da4e034bff679172803da5b7b5559fc69e2

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ МОСКОВСКОЙ ОБЛАСТИ
Государственное образовательное учреждение высшего образования Московской области
МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ОБЛАСТНОЙ УНИВЕРСИТЕТ
(МГОУ)

Историко-филологический институт (ИФИ)
Факультет истории, политологии и права
Кафедра политологии и права

Согласовано управлением организации и
контроля качества образовательной
деятельности

« 24 » марта 2022 г.
Начальник управления _____
/Р.В. Саволетов/

Одобрено учебно-методическим советом

Протокол _____ 2022 г. № 03
Председатель _____



Рабочая программа дисциплины

Актуальные проблемы медиавоздействия

Направление подготовки

41.03.04 Политология

Квалификация

Бакалавр

Форма обучения

Очная

Согласовано учебно-методической комиссией
Историко-филологического института

Протокол «18» 03 2022 г. № 7
Председатель УМКом _____
/О.Н. Шапарина/

Рекомендовано кафедрой политологии и
права

Протокол от «24» 02 2022 г. № 7

Зав. кафедрой _____
/В.Г. Егоров/

Мытищи
2022

Автор-составитель:
Козьякова Наталья Сергеевна, преподаватель
кафедры Политологии и права

Рабочая программа дисциплины «Актуальные проблемы медиавоздействия» составлена в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 41.03.04 Политология, утвержденную приказом МИНОБРНАУКИ России от 23.08.2017 № 814.

Дисциплина входит в часть, формируемую, участниками образовательных отношений Блока 1 «Дисциплины (модули)» и является элективной дисциплиной.

Реализуется в формате электронного обучения с применением дистанционных образовательных технологий.

Год начала подготовки (по учебному плану) 2022

СОДЕРЖАНИЕ

1. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ	Ошибка! Закладка не определена.
2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ	5
3. ОБЪЕМ И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	Ошибка! Закладка не определена.
4. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ	11
5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕЙ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ДИСЦИПЛИНЕ	19
6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И РЕСУРСНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	29
7. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ	31
8. ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ	31
9. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	32

1. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ

1.1. Цель и задачи дисциплины

Цель освоения дисциплины – формирование у студентов представления о современных направлениях исследования медиавоздействия. Практической целью курса является активизация аналитических компетенций и формирование у обучающихся навыков разработки и проведения собственных научных изысканий в этой области. Курс предполагает ознакомление с количественными и качественными методами, которые используются в современной медиапсихологии; формирование опыта организации конкретного исследования в области медиа психологии с целью выработки необходимых навыков разработки программы собственного практического социального проекта

Задачи дисциплины:

- рассмотреть роль медиа как социального института в функционировании общества;
- анализ поведения личности, обусловленного воздействием средств индивидуальной и массовой коммуникации;
- исследование персональных и групповых медиаэффектов;
- анализ влияния медиа среды на развитие субъекта, становление личности и психологическое самочувствие человека;
- создать у студентов целостное представление об основных этапах и типологии исследований эффектов воздействия средств массовой коммуникации;
- обобщить достижения современных исследований в области изучения медиавоздействия;
- ознакомить студентов с основными методами и методиками исследования эффектов масс медиа; сформировать аналитический подход к исследованию личности в контексте медиа мира; выработать навыки эмпирического исследования;
- проанализировать задачи и перспективные направления медиавоздействия в рамках медиапсихологических исследований.

1.2. Планируемые результаты обучения

В результате освоения данной дисциплины у обучающихся формируются следующие компетенции:

СПК-1. Способен владеть знаниями о коммуникативных процессах, каналах массовой коммуникации, средствах массовой информации, особенностях их функционирования в современном мире.

СПК-2. Способен участвовать в информационно-коммуникационных процессах разного уровня, в проведении информационных кампаний.

СПК-3. Способен подготовить, структурировать и редактировать информационные и информационно-аналитические тексты, собирать, расшифровывать и готовить к публикации комментарии по актуальным информационным поводам, готовить аналитические записки, справки, проводить оценивание рейтингов субъектов политического процесса и анализировать их информационные материалы.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Дисциплина входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений

Блока 1 «Дисциплины (модули)» и является элективной дисциплиной.

Дисциплина «Актуальные проблемы медиавоздействия» находится в логической и содержательно-методической взаимосвязи с другими дисциплинами, как: «Кратология», «Политическое правоведение», «Политический менеджмент», «Политическая регионалистика», «Введение в политическую теорию», «Политическая история России», «История политических учений», «Политический анализ и прогнозирование», «Политическая социология», «Сравнительная политология».

Полученные в ходе изучения дисциплины «Актуальные проблемы медиавоздействия» знания о российской политике и её основных проявлениях в политической жизни россиян выступают базой для формирования у студентов представлений о политических явлениях и процессах, которые в целостном виде формируется теорией политики и политической философией.

Излагаемые в рамках изучения дисциплины «Актуальные проблемы медиавоздействия» концепции отечественных и зарубежных авторов об особенностях российской политической элиты, характерных чертах российского политического режима, о политико-культурной обусловленности российского политического процесса, об уникальности российских политических отношений могут являться теоретико-методологической основой для изучения аспектов остальных политологических дисциплин: «Политическое правоведение», «Политическая регионалистика», «Региональные аспекты внутренней и внешней политики РФ», «Политический анализ и прогнозирование», «Политическая социология», «Политический менеджмент», «Политические партии, союзы и движения в современной России», «Мировая политика и международные отношения».

Для изучения дисциплины «Актуальные проблемы медиавоздействия» студентам необходимо предварительно изучить содержание следующих дисциплин:

- «Введение в политическую теорию»;
- «История политических учений»;
- «Политическая история России»;
- «Политическое правоведение».

Основным требованием к обучающимся являются: готовность их к систематическому, последовательному освоению теоретического материала, самостоятельной работе по самообразованию.

3. ОБЪЕМ И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Объем дисциплины

Показатель объема дисциплины	Форма обучения Очная
Объем дисциплины в зачетных единицах	2
Объем дисциплины в часах	72
Контактная работа:	30,3
Лекции	10
Практические занятия	18 (4) ¹
Контактные часы на промежуточную аттестацию:	2,3
Экзамен	0,3
Предэкзаменационная консультация	2
Самостоятельная работа	32
Контроль	9,7

¹ Реализуется в формате электронного обучения с применением дистанционных образовательных технологий.

Форма промежуточной аттестации – экзамен в 6 семестре.

3.2. Содержание дисциплины

Наименование (разделов) тем дисциплины с кратким содержанием	Количество часов очное	
	Лекции	Практические занятия
Тема 1. Медиавоздействие с точки зрения исторической перспективы. Феномен медиавоздействия. Современные отечественные и зарубежные подходы к пониманию медиавоздействия. Сферы и задачи медиапсихологических исследований медиавоздействия.	3	4
Тема 2. Концептуальные основы типов исследований медиавоздействия. Когнитивная теория. Эффект прайминга. Гипотеза культивации. Диффузия инноваций. Теория использования и удовлетворения. Установление приоритетности новостей и различные теории убеждения.	3	4
Тема 3. Медиа в конструировании социальной реальности: медиамир как социально-психологическая среда формирования массового и индивидуального сознания. Основные механизмы формирования социальных стереотипов в процессе массовых коммуникаций. Глобализация медиа. Концепция Н. Лумана. Массмедиа как средство конструирования социальных проблем в концепции «публичных арен» С. Хилгартнера и Ч. Л. Боска. Модель «agenda setting» - анализ функций массмедиа в процессе установления повестки дня (М. Маккомбс, Д. Шоу, Г. Цукер, Ш. Йенгар, Д. Киндер). Технология «повестки дня» (agenda setting) как ресурс масс-медиа. Роль СМИ в формировании общественного мнения: конструктивистская модель Ж-П. Пажеса. Интерпретативная функция медиа дискурсов (У. Гемсон). Теория «третьей волны» О. Тоффлера. Теория «информационального общества» М. Кастеллса.	3	4(4) ²
Тема 4. Ключевые направления в сфере научных исследований медиавоздействия. Воздействие медианасилия. Воздействие сексуально откровенной медиапродукции. Воздействие устрашающих или беспокоящих медиаматериалов. Воздействие новостей. Воздействие политической пропаганды.	3	6
Итого	12	18

² Реализуется в формате электронного обучения с применением дистанционных образовательных технологий.

4.УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Темы для самостоятельного изучения	Изучаемые вопросы	Количество часов	Формы самостоятельной работы	Методическое обеспечение	Форма отчетности
Тема 1. Медиавоздействие с точки зрения исторической перспективы.	Возможности и границы медиавоздействия. Механизмы влияния массмедиа.	8	Работа с учебником, лекциями преподавателя, Интернет-ресурсами	Библиотека МГОУ и интернет ресурсы	Устный опрос, доклад, презентация, тест, работа на практических занятиях
Тема 2. Концептуальные основы типов исследований медиавоздействия.	Установление приоритетности новостей и различные теории убеждения.	8	Работа с учебником, лекциями преподавателя	Библиотека МГОУ и интернет ресурсы	Устный опрос, доклад, презентация, тест, работа на практических занятиях
Тема 3. Медиа в конструировании социальной реальности: медиамир как социально-психологическая среда формирования массового и индивидуального сознания.	Синергетический подход к анализу медиапроцессов. СМИ как создатели художественных миров (Г. Г. Почепцов).	8	Работа с учебником, лекциями преподавателя, интернет-ресурсами	Библиотека МГОУ и интернет ресурсы	Устный опрос, доклад, презентация, тест, работа на практических занятиях
Тема 4. Ключевые направления в сфере научных исследований медиавоздействия.	Воздействие рекламы потребительских товаров. Воздействие медиаобразов общественных меньшинств. Воздействие новых медиатехнологий и СМИ на здоровье.	8	Работа с учебником, лекциями преподавателя, интернет-ресурсами	Библиотека МГОУ и интернет ресурсы	Устный опрос, доклад, презентация, тест, работа на практических занятиях
ИТОГО		32			

5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕЙ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

5.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы.

Компетенции	Этап формирования
СПК-1. Способен владеть знаниями о коммуникативных процессах, каналах массовой коммуникации, средствах массовой информации, особенностях их функционирования в современном мире	1. Работа на учебных занятиях. 2. Самостоятельная работа.
СПК-2. Способен участвовать в информационно-коммуникационных процессах разного уровня, в проведении информационных кампаний	1. Работа на учебных занятиях. 2. Самостоятельная работа.
СПК-3. Способен подготовить, структурировать и редактировать информационные и информационно-аналитические тексты, собирать, расшифровывать и готовить к публикации комментарии по актуальным информационным поводам, готовить аналитические записки, справки, проводить оценивание рейтингов субъектов политического процесса и анализировать их информационные материалы	1. Работа на учебных занятиях. 2. Самостоятельная работа.

5.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Оцениваемые компетенции	Уровень сформированности	Этап формирования	Описание показателей	Критерии оценивания	Шкала оценивания
СПК-1	Пороговый	1. Работа на учебных занятиях. 2. Самостоятельная работа.	Знать: Основные виды информационно-коммуникативных технологий и каналов распространения информации Уметь: Выявлять и анализировать тенденции развития технологий распространения информации	Устный опрос, доклад, презентация, тест, работа на практических занятиях	Шкала оценивания устного опроса Шкала оценивания работы на практическом занятии Шкала оценивания доклада Шкала оценивания презентации Шкала

					оценивания теста
	Продвин утый	1.Работа на учебных занятиях. 2.Самостоятельн ая работа.	Знать: Основные виды информационно- коммуникативных технологий и каналов распространения информации Уметь: Выявлять и анализировать тенденции развития технологий распространения информации Владеть: Методикой подбора соответствующих информационно- коммуникативных технологий и каналов распространения информации	Устный опрос, доклад, презентация, тест, работа на практических занятиях	Шкала оценивания устного опроса Шкала оценивания работы на практическом занятии Шкала оценивания доклада Шкала оценивания презентации Шкала оценивания теста
СПК-2	Порого- вый	1.Работа на учебных занятиях. 2.Самостоятельн ая работа.	Знать: эволюцию применения информационно- коммуникационны х технологий и программных средств для решения задач профессиональной деятельности; специфику использования информационно- коммуникационны х технологий и программных средств для	Устный опрос, доклад, презентация, тест, работа на практических занятиях	Шкала оценивания устного опроса Шкала оценивания работы на практическом занятии Шкала оценивания доклада Шкала оценивания презентации

			решения задач профессиональной деятельности Уметь: Применять информационно-коммуникационные технологии и программные средств для решения задач профессиональной деятельности разрабатывать программы, процедуры, техники, инструментарий с использованием информационно-коммуникационных технологий и программных средств		Шкала оценивания теста
	Продвинутый	1.Работа на учебных занятиях. 2.Самостоятельная работа.	Знать: эволюцию применения информационно-коммуникационных технологий и программных средств для решения задач профессиональной деятельности; специфику использования информационно-коммуникационных технологий и программных средств для решения задач профессиональной деятельности Уметь: Применять информационно-коммуникационные технологии и программные средств для решения задач профессиональной деятельности	Устный опрос, доклад, презентация, тест, работа на практических занятиях	Шкала оценивания устного опроса Шкала оценивания работы на практическом занятии Шкала оценивания доклада Шкала оценивания презентации Шкала оценивания теста

			разрабатывать программы, процедуры, техники, инструментарий с использованием информационно-коммуникационных технологий и программных средств Владеть: Применения информационно-коммуникационных технологий и программных средств для решения задач профессиональной деятельности методами и процедурами сбора эмпирической информации с использованием информационно-коммуникационных технологий и программных средств		
СПК-3	Пороговый	1. Работа на учебных занятиях. 2. Самостоятельная работа.	Знать: Закономерности коммуникативной деятельности, особенности функционирования СМИ в современном мире; закономерности информационно-коммуникативных процессов разного уровня и проведения информационных компаний Уметь: Организовывать информационно-	Устный опрос, доклад, презентация, тест, работа на практических занятиях	Шкала оценивания устного опроса Шкала оценивания работы на практическом занятии Шкала оценивания доклада Шкала оценивания презентации Шкала оценивания

			коммуникационные процессы и проводить информационные кампании;		теста
Продвинутый	1.Работа на учебных занятиях. 2.Самостоятельная работа.	Знать: Закономерности коммуникативной деятельности, особенности функционирования СМИ в современном мире; закономерности информационно-коммуникативных процессов разного уровня и проведения информационных компаний Уметь: Организовывать информационно-коммуникационные процессы и проводить информационные кампании; Владеть: Участвовать в информационно-коммуникационных процессах разного уровня, в проведении информационных кампаний.	Устный опрос, доклад, презентация, тест, работа на практических занятиях	Шкала оценивания устного опроса Шкала оценивания работы на практическом занятии Шкала оценивания доклада Шкала оценивания презентации Шкала оценивания теста	

Шкала оценивания устного опроса

Критерии оценивания	Высокий	Оптимальный	Удовлетворит.	Неудовлетворит.	Низкий

Уровень усвоения материала, предусмотренного программой	5	4	3	2	
Умение выполнять задания, предусмотренные программой	5	4	3	2	
Уровень знакомства с литературой, предусмотренной программой	5	4	3	2	
Уровень знакомства с интернет-ресурсами, предусмотренными программой	5	4	3	2	
Уровень раскрытия причинно-следственных связей	5	4	3	2	
Уровень самостоятельности в формулировке выводов	5	4	3	2	

Шкала оценивания работы на практическом занятии

Критерии оценивания	Баллы
100-81% правильных ответов и выполненных заданий, свободное владение материалом	37-45
61-80% правильных ответов и выполненных заданий, достаточное усвоение материала	28-36
41-60% правильных ответов и выполненных заданий, поверхностное усвоение материала	19-27
0-40% правильных ответов и выполненных заданий, неудовлетворительное усвоение материала	0-18

Шкала оценивания доклада

Критерии оценивания	Баллы
Соответствие содержания теме доклада; глубина проработки материала; грамотность и полнота использования источников; грамотность речи и владение текстом доклада	9-10
Соответствие содержания теме доклада; глубина проработки материала; использовано недостаточное количество источников; грамотность речи и владение текстом доклада	7-8
Соответствие содержания теме доклада; не достаточная глубина проработки материала; использовано недостаточное количество источников; грамотность речи и владение текстом доклада	4-6
Несоответствие содержания теме доклада; не достаточная глубина проработки материала; использовано недостаточное количество источников; недостаточное владение текстом доклада	0-3

Шкала оценивания презентации

Критерии оценивания	Баллы
---------------------	-------

Содержание соответствует теме; информация структурирована, логична, обоснована; эстетично оформлена	15-20
Содержание соответствует теме; информация структурирована, присутствуют некоторые ошибки в логике ее изложения и/или обоснованности; возможны нарушения в эстетическом оформлении материала	10-14
Содержание соответствует теме; есть серьезные ошибки в структурировании, логике изложения и обоснованности информации; ошибочная подача с точки зрения эстетики	5-9
Содержание не соответствует теме; отсутствует структурированность, логичность и обоснованность информации; ошибочная подача с точки зрения эстетики	0-4

Шкала оценивания теста

Оцениваемый показатель	Кол. баллов, обеспечивающих получение:		
	Оценки текущей аттестации		
	удовлетворительно	хорошо	отлично
Процент набранных баллов из 100% возможных	55% и более	70% и более	85% и более
Количество тестовых заданий:			
15	От 8 до 11	От 11 до 13	13 и более
20	От 11 до 14	От 14 до 17	17 и более
25	От 13 до 18	От 18 до 21	21 и более
26	От 14 до 18	От 18 до 22	22 и более
30	От 16 до 21	От 21 до 26	26 и более
40	От 22 до 28	От 28 до 34	34 и более

5.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенции в процессе освоения образовательной программы.
Примерные темы для проведения устного опроса:

Тема 1. «Периодизация и типология исследований воздействия массмедиа».

1. Обзор зарубежных и отечественных теоретических концепций медиавоздействия.
2. Анализ подходов к исследованию эффектов массмедиа.
3. Примеры общественной озабоченности медиавоздействием, а также исторических свидетельств поведенческих и психологических изменений под воздействием СМИ (массовая паника; свидетельства внушения через СМИ; массовые сеансы психотерапии на телевидении; примеры общественных акций против насилия и порнографии в СМИ и т.п.).
4. Медиа технологии, используемые современными массмедиа с целью воздействия на общественное мнение, установки, представления.
5. Обсуждение возможности практического использования подходов и концепций медиавоздействия в собственной профессиональной деятельности. Обоснование целесообразности обращения к той или иной исследовательской парадигме.

Тема 2. «Презентация основных концепций исследований эффектов массмедиа».

Примерные темы выступлений студентов:

1. Модель двухступенчатого потока массовой коммуникации Е. Каца и П. Лазарсфельда.
2. Работы Г. Лассуэлла по изучению воздействия пропаганды.
3. Концепция «общественного мнения» У. Липмана.
4. Концепция «спираль умолчания» Э. Ноэль Нойманн.
5. Концептуальная модель зависимости эффектов массовой коммуникации С. Болл-Рокеша и М. Де Флера.
6. Социально-когнитивный подход и теория социального научения А. Бандуры.
7. Теория «культивация мнений» Дж. Гербнера.
8. Идеи М. Мак-Лухана о воздействии СМИ.
9. Концепция Никлас Лумана о конструировании массмедиа социальной реальности.
10. М. Маккомбс и Д. Шоу и теория «повестки дня».
11. Теория коммуникационного контроля в работах Маркузе.
12. Теория «общественной сферы» Ю. Хабермаса.
13. Учение М. Маклюэна о массмедиа.
14. Учение М. Кастельса об информационном обществе.

Круглый стол: «Медиавоздействие – теоретические вопросы и перспективные направления исследования»

1. Изучение медиавоздействия как проблема медиапсихологии.
2. Основные научные течения и школы исследования массмедиа как социально-психологического феномена.
3. Принципы, подходы и методы медиапсихологических исследований.
4. Теоретическая и практическая значимость исследования медиавоздействия.
5. Перспективные направления в исследовании медиавоздействий.

Дискуссия на тему: «Эффекты воздействия медиа на личность»

Творческие задания на практических занятиях:

Творческое задание 1

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

Творческое задание 2

Аргументируйте тот факт, что изучение медиавоздействий является важной теоретической и практической проблемой медиа психологии.

Творческое задание 3

Прокомментируйте высказывание: социально – психологическое воздействие Интернета на современное общество и личность пользователя является более глубоким и системным, чем воздействие любой другой технической системы.

Творческое задание 4

Согласны ли Вы с мнением Ю. Д. Бабаевой и А. Е. Войскунского о том, «что на современном этапе развития общества информационные технологии завоевывают все новые сферы человеческой деятельности, возникают актуальные проблемы выявления и оценки возможных психологических последствий информатизации». Аргументируйте свою точку зрения.

Творческое задание 5

Приведите примеры из истории положительного и отрицательного воздействия массмедиа на личность и общество.

Творческое задание 6

Основываясь, на теорию А. Бандуры объясните действие психологического механизма подкрепления на телевизионных примерах.

Творческое задание 7

Приведите 2-3 примера проведения исследований относительно воздействия массмедиа на социальное поведение личности.

Творческое задание 8

Проанализируйте зависимость между медианасилием и насилием в реальной жизни.

Творческое задание 9

Приведите примеры приемов, которые использует современная медиаиндустрия в формировании поколения унисекс и привития девиантных моделей сексуальной идентичности.

Творческое задание 10

Приведите примеры о воздействиях фильма про Гарри Поттера на поведение детей.

Примерные темы презентаций и докладов:

1. Медиасреда как источник социальных влияний: «остаточные эффекты», изменение социальных норм, ценностей и предпочтений.
 2. Влияние медиакультуры и медиаканала на формирование социального поведения личности.
 3. Факторы и манипуляторные феномены в медиасреде.
 4. Исследование социальных представлений молодежи о роли рекламы в современном мире.
 5. Манипулятивные эффекты медиакультуры: конформизм и толерантность.
 6. Особенности медиакommunikативного поведения студенческой молодежи: становление и измерение уровня медиакомпетентности.
 7. Изучение влияния современных программ и передач на формирование социального поведения личности.
 8. Сравнительный анализ реальных и виртуальных факторов в регуляции социального поведения.
 9. Социальная идентификация и фанаты в виртуальных средах: виды и формирование культурных практик молодежи.
 10. Механизмы социальных влияний и их проявление в виртуальном мире.
 11. Исследование влияния массмедиа на культурно-досуговые практики молодежи.
1. Назовите задачи изучения медиавоздействий.
 2. Опишите направления в исследовании медиавоздействий.
 3. Охарактеризуйте подходы к исследованию эффектов массмедиа.
 4. Проведите анализ научных методов и определите преимущества и недостатки их использования в проведении медиапсихологического исследования.
 5. Проанализируйте и сравните различные теории и модели массовых коммуникаций.
 6. Какова роль медиа в социальном конструировании реальности?
 7. Опишите механизмы формирования социальных стереотипов и представлений в процессе массовых коммуникаций.
 8. Оцените роль исследований медиавоздействия для развития медиапсихологии.

9. Какие существуют теории взаимодействия средств массовых коммуникаций и аудитории?
10. Перечислите и раскройте содержание психологических методов воздействия массмедиа на аудиторию.
11. В чем, по Вашему мнению, состоит рост значимости массмедиа в массовом сознании аудитории?
12. Почему изучение эффектов влияния массмедиа является важной сферой изучения медиапсихологии?
13. Объясните, почему между массмедиа и аудиторией существует двустороннее взаимовлияние?
14. Охарактеризуйте эффекты влияния массмедиа на личность.
15. Каковы психологические механизмы восприятия медиа?
16. Перечислите предназначения эмпирических исследований аудитории массмедиа.
17. Раскройте смысл «модели маркетингового отклика».
18. Назовите теории влияния СМИ на аудиторию.
19. Опишите 1-2 эмпирических исследований, касающихся изучения восприятия коммуникаторов массмедиа.
20. Раскройте содержание следующих эффектов влияния массмедиа на личность: эффект привыкания, эффект иллюзии знаний, эффект бумеранга.
21. Проанализируйте роль различных видов медиа в жизни личности.
22. Как влияют массмедиа на досуговые практики молодежи?
23. Функции кино, реалити-шоу и различных юмористических программ в жизни молодежи.
24. Проанализируйте эффекты влияния Интернета и телевидения.
25. Раскройте смысл понятий «информационно – психологическая безопасность личности», «медиаиммунитет», «информационный менталитет».

Примерный перечень тестовых вопросов

1. Медиаметрия это:
 - а) регулярные, стандартизированные и строгие по методике исследования СМИ, направленные на выявление рейтингов различных каналов и передач на основе размера аудитории;
 - б) метод исследования содержания медиатекстов;
 - в) метод изучения интернет-аудитории;
 - г) базовый групповой метод качественного анализа медиасообщений.
2. В число современных психологических теорий средств массовой коммуникации не входит:
 - а) теория установления повестки дня;
 - б) теория игореализации;
 - в) теория использования и удовлетворения;
 - г) теория «волшебной пули»;
 - д) теория спирали молчания.
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. Кто из ученых определяет медиапсихологию как «область науки, которая на микроаналитическом уровне описывает и объясняет поведение человека, обусловленное влиянием средств индивидуальной и массовой коммуникации. Таким образом, предметом изучения медиапсихологии является использование и влияние масс-медиа и, прежде всего, ТВ».
 - а) Г. Лассуэлл;
 - б) Р. Харрис;

- в) П. Винтерхофф-Шпурк;
 - г) Э. Денис.
5. Авторами концепции «установления повестки дня» являются:
- а) Р. Петти и Ш. Чейкин;
 - б) Мак-Комс и Д. Шоу;
 - в) У. Шрамм и А. Бандура;
 - г) Г. Лассуэлл и К.Ховланд.
6. 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.
7. Базовая модель Лассуэлла описывает коммуникацию как:
- а) двусторонний линейный процесс;
 - б) замкнутый циркулярный процесс;
 - в) однонаправленный линейный процесс.
8. 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.
9. К психологическим механизмам восприятия медиа относят:
- а) готовность, ожидание;
 - б) идентификация;
 - в) эффект эмоционального заражения;
 - г) эффект третьего лица;
 - д) эффект ореола;
 - е) эмоциональное заражение.
10. Кому из исследователей принадлежит понятие «глобальная деревня»:
- а) Дж.Мейровиц;
 - б) П. Кобли;
 - в) М. Маклюэн;
 - г) П. Винтерхофф-Шпурк.
11. Зэппинг это:
- а) психологическая защита от манипулятивного влияния массмедиа;
 - б) процесс хаотичного просмотра телепередач, сопровождающийся постоянным переключением телевизионных каналов;
 - в) процесс репрезентации медиа окружающей действительности;
 - г) способность аудитории понимать социально-культурные смыслы и подтексты медиа.
12. Кто из ученых-исследователей предложил разделять медиа на «горячие» и «холодные»:
- а) Р. Харрис;
 - б) М. Маклюэн;
 - в) Ж. Бодрийяр;
 - г) П. Винтерхофф-Шпурк.
13. К психологическим методам воздействия массмедиа на аудиторию относится:
- а) внушение;
 - б) эпатажность;
 - в) мифологизация;
 - г) сенсационность;
 - д) медиатерапия;
 - е) эмпатия;
14. Важными понятиями теории культивации Дж. Гербнера являются:
- а) мейнстриминг;

- б) моделирование;
- в) публичная индивидуальность;
- г) резонанс.

15. Хэппинг-это

- а) программа зарубежного телевидения о хиппи;
- б) тренинг по освоению навыков получения положительных эмоций от медиа;
- в) процессуально обусловленная коммуникативная ситуация игореализации;
- г) творчески обусловленная коммуникативная ситуация в телевизионном пространстве.

Продолжите

Задание 1

Социально-психологические функции массмедиа заключаются

Задание 2

Формула коммуникации Лассуэлла включает в себя следующие элементы

Задание 3

Между массмедиа и аудиторией существует двустороннее взаимовлияние, поскольку

Задание 4

К положительным эффектам Интернета относят

Задание 5

К отрицательным эффектам Интернета относят

Задание 6

К моделям коммуникации относят

Задание 7

К устрашающему контенту телевидения относят

Задание 8

К образовательному контенту телевидения относят

Ключ к тестам

1 а) 2 б) 3 в) 4 в)

5 в) 6 а) 7 в) 8 а)

9 а); б); в); е) 10 в) 11 б) 12 б)

13 а); б); в); г) 14 а); г). 15 в)

Примерные вопросы к экзамену:

1. Назовите задачи изучения медиавоздействий.
2. Опишите направления в исследовании медиавоздействий.
3. Охарактеризуйте подходы к исследованию эффектов массмедиа.
4. Проведите анализ научных методов и определите преимущества и недостатки их использования в проведении медиапсихологического исследования.
5. Проанализируйте и сравните различные теории и модели массовых коммуникаций.
6. Какова роль медиа в социальном конструировании реальности?
7. Опишите механизмы формирования социальных стереотипов и представлений в процессе массовых коммуникаций.
8. Оцените роль исследований медиавоздействия для развития медиапсихологии.
9. Какие существуют теории взаимодействия средств массовых коммуникаций и аудитории?
10. Перечислите и раскройте содержание психологических методов воздействия массмедиа на аудиторию.
11. В чем, по Вашему мнению, состоит рост значимости массмедиа в массовом сознании аудитории?
12. Почему изучение эффектов влияния массмедиа является важной сферой изучения медиапсихологии?
13. Объясните, почему между массмедиа и аудиторией существует двустороннее взаимовлияние?
14. Охарактеризуйте эффекты влияния массмедиа на личность.

15. Каковы психологические механизмы восприятия медиа?
16. Перечислите предназначения эмпирических исследований аудитории массмедиа.
17. Раскройте смысл «модели маркетингового отклика».
18. Назовите теории влияния СМИ на аудиторию.
19. Опишите 1-2 эмпирических исследований, касающихся изучения восприятия коммуникаторов массмедиа.
20. Раскройте содержание следующих эффектов влияния массмедиа на личность: эффект привыкания, эффект иллюзии знаний, эффект бумеранга.
21. Проанализируйте роль различных видов медиа в жизни личности.
22. Как влияют массмедиа на досуговые практики молодежи?
23. Функции кино, реалити-шоу и различных юмористических программ в жизни молодежи.
24. Проанализируйте эффекты влияния Интернета и телевидения.
25. Раскройте смысл понятий «информационно – психологическая безопасность личности», «медиаиммунитет», «информационный менталитет».
26. Феномен медиавоздействия как проблема медиапсихологии.
27. История исследований феномена медиавоздействия.
28. Основные направления исследований медиавоздействия.
29. Развитие и становление зарубежных и отечественных исследований в области медиавоздействия.
30. Теоретическая и практическая значимость исследований медиавоздействия.
31. Современное состояние исследований медиавоздействия.
32. Методы изучения медиавоздействий.
33. История эмпирического изучения массмедиа. Теории и модели коммуникаций.
34. Социально-психологические функции медиа в современном обществе.
35. Массмедиа и личность: эффекты взаимодействия.
36. Массмедиа и общество: эффекты взаимодействия.
37. Перспективные направления изучения медиаэффектов в рамках медиапсихологии.
38. Двусторонняя зависимость массмедиа и аудитории. Теории и эффекты влияния СМИ на аудиторию.
39. Психологические основы функционирования медиа. Психологические методы воздействия массмедиа на аудиторию.
40. Психология восприятия медиапродукции массмедиа и отношения личности к медиапродуктам.
41. Влияние телевидения на когнитивное и эмоциональное развитие детей и молодежи. Эффекты телевидения.
42. Функции и типология эффектов воздействия Интернета.

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

Критерии оценки тестов

Общая сумма баллов, которая может быть получена за аттестационный тест соответствует количеству тестовых заданий.

За каждое правильно решенное тестовое задание присваивается по 0.5 баллу.

Время, отводимое на написание теста, не должно быть меньше 30 минут для тестов состоящих из 20 тестовых заданий.

В ситуации, когда слушатель забыл написать в листе ответов свою фамилию, имя, отчество, номер группы, номер варианта теста, дисциплину или дату – тест считается невыполненным.

Отметки о правильных вариантах ответов в тестовых заданиях делаются слушателем разборчиво. Неразборчивые ответы не оцениваются, тестовое задание считается не

выполненным.

Требования к оформлению презентации

Общие требования:

1. На слайдах должны быть только тезисы, ключевые фразы и графическая информация (рисунки, графики и т.п.) – они сопровождают подробное изложение мыслей докладчика, но не наоборот;
2. Количество слайдов должно быть не более 20;
3. При докладе рассчитывайте, что на один слайд должно уходить в среднем 1,5 минуты;
4. Не стоит заполнять слайд большим количеством информации. Наиболее важную информацию желательно помещать в центр слайда;
5. По желанию можно раздать слушателям бумажные копии презентации.

Примерный порядок слайдов:

- 1 слайд – Титульный (организация, название работы, автор, руководитель, рецензент, дата);
- 2 слайд – Вводная часть (постановка проблемы, актуальность и новизна, на каких материалах базируется работа);
- 3 слайд – Цели и задачи работы;
- 4 слайд – Методы, применяемые в работе;
- 5...n слайд – Основная часть;
- n+1 слайд – Заключение (выводы);
- n+2 слайд – Список основных использованных источников;
- n+3 слайд – Спасибо за внимание! (подпись, возможно выражение благодарности тем, кто руководил, рецензировал и/или помогал в работе).

Правила шрифтового оформления:

1. Рекомендуется использовать шрифты с засечками (Georgia, Palatino, Times New Roman);
2. Размер шрифта: 24-54 пункта (заголовки), 18-36 пунктов (обычный текст);
3. Курсив, подчеркивание, жирный шрифт, прописные буквы используются для смыслового выделения ключевой информации и заголовков;
4. Не рекомендуется использовать более 2-3 типов шрифта;
5. Основной текст должен быть отформатирован по ширине, на схемах – по центру

Правила выбора цветовой гаммы:

1. Цветовая гамма должна состоять не более чем из 2 цветов и выдержана во всей презентации. Основная цель – читаемость презентации;
2. Желателен одноцветный фон неярких пастельных тонов (например, светло-зеленый, светло-синий, бежевый, светло-оранжевый и светло-желтый);
3. Цвет шрифта и цвет фона должны контрастировать (текст должен хорошо читаться, белый текст на черном фоне читается плохо);
4. Оформление презентации не должно отвлекать внимания от её содержания.

Графическая информация:

1. Рисунки, фотографии, диаграммы должны быть наглядными и нести смысловую

нагрузку, сопровождаться названиями;

2. Изображения (в формате jpg) лучше заранее обработать для уменьшения размера файла;

3. Размер одного графического объекта – не более 1/2 размера слайда;

4. Соотношение текст-картинки – 2/3 (текста меньше чем картинок).

Требования к подготовке и оформлению доклада

Общие положения

Доклад – публичное сообщение, представляющее собой развернутое изложение на определенную тему, вид самостоятельной работы, который используется в учебных и внеаудиторных занятиях и способствует формированию навыков исследовательской работы, расширяет познавательные интересы, приучает критически мыслить. Чтобы выступление было удачным, оно должно хорошо восприниматься на слух, быть интересным для слушателей.

При выступлении приветствуется активное использование мультимедийного сопровождения доклада (презентация, видеоролики, аудиозаписи).

Преподаватель, практикующий такую форму отчетности, заранее предлагает список тем докладов для подготовки студентов. При подготовке доклада, в отличие от других видов студенческих работ, может использоваться метод коллективного творчества. Преподаватель может дать тему сразу нескольким студентам одной группы, использовать метод докладчика и оппонента. Студенты могут подготовить два выступления с противоположными точками зрения и устроить дискуссию.

После выступления докладчик и содокладчик, если таковой имеется, должны ответить на вопросы слушателей.

Подготовка выступления

Этапы подготовки доклада:

1. Определение цели доклада (информировать, объяснить, обсудить что-то (проблему, решение, ситуацию и т.п.), спросить совета и т.п.).

2. Подбор для доклада необходимого материала из литературных источников.

3. Составление плана доклада, распределение собранного материала в необходимой логической последовательности.

4. Композиционное оформление доклада в виде машинописного текста и электронной презентации.

5. Заучивание, запоминание текста машинописного доклада.

6. Репетиция, т.е. произнесение доклада с одновременной демонстрацией презентации.

Общая структура доклада

Построение доклада включает три части: вступление, основную часть и заключение.

Вступление.

Формулировка темы доклада (она должна быть не только актуальной, но и оригинальной, интересной по содержанию).

Актуальность выбранной темы (чем она интересна, в чем заключается ее важность, почему учащимся выбрана именно эта тема).

Анализ литературных источников (рекомендуется использовать данные за последние 5 лет)

Основная часть.

Состоит из нескольких разделов, постепенно раскрывающих тему. Возможно

использование иллюстрации (графики, диаграммы, фотографии, карты, рисунки) Если необходимо, для обоснования темы используется ссылка на источники с доказательствами, взятыми из литературы (цитирование авторов, указание цифр, фактов, определений). Изложение материала должно быть связным, последовательным, доказательным. Способ изложения материала для выступления должен носить тезисный характер.

Заключение.

Подводятся итоги, формулируются главные выводы, подчеркивается значение рассмотренной проблемы, предлагаются самые важные практические рекомендации.

Требования к оформлению доклада.

Объем машинописного текста доклада должен быть рассчитан на произнесение доклада в течение 7 -10 минут (3-5 машинописных листа текста с докладом). Поэтому при подборе необходимого материала для доклада отбирается самое главное.

В докладе должны быть кратко отражены главные моменты из введения, основной части и заключения. При подготовке конспекта доклада необходимо составить не только текст доклада, но и необходимый иллюстративный материал, сопровождающий доклад (основные тезисы, формулы, схемы, чертежи, таблицы, графики и диаграммы, фотографии и т.п.).

Не редко, перед выступлением докладчик испытывает волнение, что, несомненно может повлиять на успешность выступления. Самый надежный способ справиться с волнением перед докладом - это хорошо подготовиться, прорепетировать выступление накануне.

Постарайтесь выучить текст доклада наизусть и произнести доклад 2-3 раза с одновременной демонстрацией слайдов. Проследить, чтобы время доклада не превышало 7 - 10 минут. Продумать, в какой последовательности и с какими словами Вы будете комментировать слайды презентации.

Тщательно отрепетировать способы связи разных частей доклада, чтобы при переходе от слайда к слайду или от описания методик к результатам исследования не было фраз типа: "Ну... вот..." или "Э-э-э-э", или пауз.

Промежуточная аттестация проводится в форме экзамена. Экзамен проводится устно по экзаменационным билетам. Экзаменационные билеты состоят из двух теоретических вопросов.

Шкала оценивания экзамена

Для получения 20-30 баллов студент должен:

- продемонстрировать глубокое и прочное усвоение знаний программного материала;
- исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно изложить теоретический материал;
- правильно формулировать определения;
- продемонстрировать умения самостоятельной работы с исследовательской и справочной литературой;
- уметь сделать выводы по излагаемому материалу.

Для получения 10-19 баллов студент должен:

- продемонстрировать достаточно полное знание программного материала;
- продемонстрировать знание основных теоретических понятий;
- достаточно последовательно, грамотно и логически стройно излагать материал;
- продемонстрировать умение ориентироваться в специальной литературе;
- уметь сделать достаточно обоснованные выводы по излагаемому материалу.

Для получения 5-9 баллов студент должен:

- продемонстрировать общее знание изучаемого материала;
- показать общее владение понятийным аппаратом дисциплины;
- уметь строить ответ в соответствии со структурой излагаемого вопроса;

- знать основную рекомендуемую программой учебную литературу.

Оценка менее 4 баллов ставится в случае:

- незнания значительной части программного материала;
- отсутствия владения понятийным аппаратом дисциплины.

Итоговая шкала оценивания результатов освоения дисциплины

Итоговая оценка по дисциплине выставляется по приведенной ниже шкале. При выставлении итоговой оценки преподавателем учитывается работа обучающегося в течение освоения дисциплины, а также оценка по промежуточной аттестации.

Количество баллов	Оценка по традиционной шкале
81-100	Отлично
61-80	Хорошо
41-60	Удовлетворительно
0-40	Неудовлетворительно

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И РЕСУРСНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1. Основная литература

1. Марков, А. А. Теория и практика массовой информации : учебник / А.А. Марков, О.И. Молчанова, Н.В. Полякова. - М. : ИНФРА-М, 2018. - 252 с. - (Высшее образование: Бакалавриат). - www.dx.doi.org/10.12737/2047. - ISBN 978-5-16-006505-2. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/944408> (дата обращения: 09.02.2022). – Режим доступа: по подписке.
2. Мухаев, Р. Т. Медиаполитика : учебник / Р.Т. Мухаев. — Москва : ИНФРА-М, 2020. — 401 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI 10.12737/textbook_5cf8f5af56a078.64918831. - ISBN 978-5-16-015134-2. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1082451> (дата обращения: 09.02.2022). – Режим доступа: по подписке.
3. Руденко, А. М. Психология массовых коммуникаций : учебник / А. М. Руденко, А. В. Литвинова ; под ред. А. М. Руденко. — Москва : РИОР : ИНФРА-М, 2020. — 303 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-369-01663-3. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1048186> (дата обращения: 09.02.2022). – Режим доступа: по подписке.

6.2. Дополнительная литература

1. Галаганова, С. Г. Медиапсихология и манипуляция сознанием : учебно-методическое пособие / С. Г. Галаганова. - Москва : Издательство МГТУ им. Н. Э. Баумана, 2019. - 110 с. - ISBN 978-5-7038-5165-4. - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL : <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785703851654.html> (дата обращения: 09.02.2022). - Режим доступа : по подписке.
2. Ефанов, А. А. Общество во власти медиапроцессов : монография / А.А. Ефанов. — Москва : ИНФРА-М, 2021. — 189 с. — (Научная мысль). — DOI 10.12737/1140665. - ISBN 978-5-16-016414-4. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1140665> (дата обращения: 09.02.2022). – Режим доступа: по подписке.
3. Ефанов, А. А. Социальные последствия медиавоздействия / А. А. Ефанов ; Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики». —

- Москва : ФЛИНТА, 2019. – 272 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=611161> (дата обращения: 09.02.2022). – Библиогр.: с. 218-237. – ISBN 978-5-9765-4230-3. – Текст : электронный.
4. Жилавская, И. В. История развития медиаобразования : учебное пособие / И. В. Жилавская, Д. А. Зубрицкая. - Москва : МПГУ, 2017. - 120 с. - ISBN 978-5-4263-0484-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1316694> (дата обращения: 09.02.2022). – Режим доступа: по подписке.
 5. Жилавская, И. В. Медиаобразовательные технологии российских СМИ : учебное пособие / И. В. Жилавская. - Москва : МПГУ, 2017. - 148 с. - ISBN 978-5-4263-0473-4. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1316713> (дата обращения: 09.02.2022). – Режим доступа: по подписке.
 6. Жилавская, И.В. Медиаобразование молодежи : монография / И. В. Жилавская. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва : МПГУ, 2018. - 214 с. - ISBN 978-5-4263-0611-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1021235> (дата обращения: 09.02.2022). – Режим доступа: по подписке.
 7. Медиа: введение : учебник / П. Барвайз, Н. Блейн, О. Бойт-Барретт [и др.] ; ред. А. Бриггз, П. Кобли ; пер. Ю. В. Никуличев. – 2-е изд. – Москва : Юнити-Дана, 2017. – 552 с. : ил., табл. – (Зарубежный учебник). – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=684921> (дата обращения: 09.02.2022). – Библиогр. в кн. – ISBN 5-238-00960-7. – Текст : электронный.
 8. Тавокин, Е. П. Теоретико-методологические основы информационной политики / Е. П. Тавокин // Информационная политика : учебник / Под общ. ред. В. Д. Попова. - Москва : Изд-во РАГС, 2003. - С. 14-68. - ISBN 5-7729-0148-6. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/417147> (дата обращения: 09.02.2022). – Режим доступа: по подписке.
 9. Чистяков, Е. Л. Глобальные проблемы в средствах массовой информации / Е. Л. Чистяков. – Москва : Лаборатория книги, 2011. – 90 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=139748> (дата обращения: 09.02.2022). – ISBN 978-5-504-00422-8. – Текст : электронный.

6.3. Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

Органы государственной власти

Официальная Россия

<http://www.gov.ru>

Президент РФ

<http://www.president.kremlin.ru>

.ru

Совет Федерации ФС РФ

<http://www.council.gov.ru>

Государственная Дума РФ

<http://www.duma.gov.ru>

Правительство РФ

<http://www.government.ru>

Верховный Суд РФ

<http://www.supcourt.ru>

Совет безопасности

<http://www.scrf.gov.ru>

Органы государственной власти субъектов

<http://www.gov.ru/main/regions/region.html>

РФ

ns/region.html

Экспертно-аналитические ресурсы

Ассоциация политической науки

<http://www.rapn.ru>

Институт социально-политических

<http://ispr.ru/>

исследований

Институт общественного проектирования

<http://www.inop.ru/>

Индем

<http://www.indem.ru>

Политический экспертный канал

<http://www.kreml.org>

The International Association of Political

Consultants	http://www.iapc.org/
The Asia Pacific Association of Political Consultants	http://www.apapc.com/
European Association of Political Consultants	http://www.eapc.eu/
Latin American Political Consultant Organization	http://www.ocpla.net/
Canadian Association of Political Consultants	http://www.thecapc.ca/
The Brazilian Association of Political Consultants	http://www.abcop.com.br
Электронные ресурсы по электоральным исследованиям	
Электоральная география 2.0	http://www.electoralgeography.com/new/ru
Политическая регионалистика.....	http://www.regional-science.ru
The Electoral Map	http://theelectoralmap.com
Election Guide.....	http://www.electionguide.org
Журналы	
«Коммерсант-Власть»	http://www.commersant.ru
«Полис»	http://www.politstudies.ru
Сетевой портал журнала «Полис»	http://www.polisportal.ru/index.php?page_id=48
Журнал «Научный эксперт»	http://expert.rusrand.ru/
Журнал «Обозреватель-Observer»	http://www.nasledie.ru/oboz/index.shtml
Журнал «ПолитЭкс» (Политическая экспертиза)	http://www.politex.info/index.php?option=com_frontpage&Itemid=1
Журнал «Профиль»	http://www.profile.ru
«Социологические исследования» (Социс)	http://www.isras.ru/socis.html
«Власть»	http://www.isras.ru/authority.html
«Аналитический вестник Совета Федерации»	http://council.gov.ru/inf_sl/bulletin
«Общественные науки и современность»	http://www.ecsocman.edu.ru/ons/
«Вестник МГОУ». – Серия «История и политические науки»	http://www.vestnik.mgou.ru/index.php?option=com_content&view=article&id=129&Itemid=43#5
Политическая периодика «Эксперт»	http://www.twirpx.com/files/politics/periodic/ http://expert.ru/
Электронные библиотеки	
Социально-гуманитарное политологическое образование и	http://www.humanities.edu.ru
Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU	http://elibrary.ru/defaultx.asp
Электронная библиотека «Grosbook»	http://www.grosbook.info
Политологический раздел библиотеки Максима Мошкова	http://lib.ru/POLITOLOG/
Политанализ.Ру	http://www.politanaliz.ru
Университетская библиотека onlain	http://www.biblioclub.ru/
ПолитНаука - политология в России и мире	http://www.politnauka.org/
Библиотека Гумер - Политология	http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Polit/Index_Polit.php

Библиотека Михаила Грачева по
политологии

<http://grachev62.narod.ru/>

Библиотека Русского Гуманитарного
Интернет-Университета

[http://www.i-
u.ru/biblio/default.aspx?key](http://www.i-u.ru/biblio/default.aspx?key)

7.МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

1. Методические рекомендации по организации самостоятельной работы студентов

8. ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Лицензионное программное обеспечение:

Microsoft Windows

Microsoft Office

Kaspersky Endpoint Security

Информационные справочные системы:

Система ГАРАНТ

Система «КонсультантПлюс»

Профессиональные базы данных

fgosvo.ru

pravo.gov.ru

www.edu.ru

Свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства

ОМС Плеер (для воспроизведения Электронных Учебных Модулей)

7-zip

Google Chrome

9. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Материально-техническое обеспечение дисциплины включает в себя:

- учебные аудитории для проведения занятий лекционного и семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, укомплектованные учебной мебелью, доской, демонстрационным оборудованием;
- помещения для самостоятельной работы, укомплектованные учебной мебелью, персональными компьютерами с подключением к сети Интернет и обеспечением доступа к электронным библиотекам и в электронную информационно-образовательную среду МГОУ;
- помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования, укомплектованные мебелью (шкафы/стеллажи), наборами демонстрационного оборудования и учебно-наглядными пособиями.