

Міністерство освіти і науки України
Львівський національний університет імені Івана Франка
Кафедра корекційної педагогіки та інклюзії

Програма навчальної дисципліни

Медіапсихологія: основи рефлексивного підходу

Галузі знань	<u>0101 Педагогічна освіта</u>
Спеціальність	<u>6.010106 «Соціальна педагогіка»</u>
Факультету	<u>педагогічної освіти</u>

РОЗРОБЛЕНО ТА ВНЕСЕНО: Кафедра корекційної педагогіки та інклюзії факультету педагогічної освіти Львівського національного університету імені Івана Франка.

РОЗРОБНИК ПРОГРАМИ: Ірина Субашкевич – старший викладач кафедри корекційної педагогіки та інклюзії

Обговорено та рекомендовано до затвердження кафедрою корекційної педагогіки та інклюзії “ 29 ” 08 2016 р., протокол № 1

В.о. завідувача кафедри _____ доц. Лобода В. В.

Схвалено Вченою радою факультету педагогічної освіти

Протокол від “ 31 ” 08 2016 р. № 1

“ _____ ” _____ 2016 р.

Голова Вченої ради _____ доц. Герцюк Д. Д.

ВСТУП

Програма вивчення навчальної дисципліни «Медіапсихологія: основи рефлексивного підходу», складена відповідно до освітньо-професійної програми підготовки бакалавра 6.010106 «Соціальна педагогіка».

Предметом вивчення навчальної дисципліни є основні компоненти медіакультури, виявлення психологічних закономірностей та поведінки людини в полікультурних медіапросторах, а також вивчення психологічних феноменів і механізмів сприйняття особистістю інформації, процесів формування і функціонування медіакомпетентності особистості.

Міждисциплінарні зв'язки: психологічні дисципліни та дисципліни фахового спрямування.

Програма навчальної дисципліни складається з таких змістових модулів:

Змістовий модуль 1. Теоретичні основи медіапсихології.

Змістовий модуль 2. Вплив медіа на особистість.

Змістовий модуль 3. Психологічний аналіз медіа контенту.

Мета та завдання навчальної дисципліни

1.1. Метою викладання навчальної дисципліни є:

формування системи знань про психологічні особливості інформаційного суспільства, виклики і ризики перехідного періоду, основи рефлексивного підходу до медіаосвіти в інформаційному суспільстві, засвоєння пріоритетних принципів рефлексивного управління в просторі медійних технологій, формування вміння застосовувати здобуті знання у практичній діяльності; формування професійної медіакомпетентності для здійснення ефективного професійно-педагогічного спілкування, вдосконалення індивідуального стилю професійно-педагогічного спілкування з урахуванням новітніх феноменів інформаційного суспільства.

Основними завданнями вивчення дисципліни є:

- допомогти слухачам глибоко оволодіти знаннями щодо психології розвитку людини в інформаційну добу людства, психотехнологічного підходу в медіатизованій освіті, інноваційних медіа-технологій комунікації та їх ефективності;
- навчитися застосовувати медіапсихологічні рефлексивні технології спілкування у процесі безпосередньої професійної діяльності та при виступах в ЗМК.

1.2. Згідно з вимогами освітньо-професійної програми студенти повинні:

знати:

- основоположні проблеми в області медіапсихології;
- аспекти функціонування медіакультури в сучасному суспільстві.

вміти:

- самостійно аналізувати різні теоретичні підходи та концепції в області медіапсихології;
- застосовувати психологічні знання на практиці організації інформаційно-психологічної безпеки особистості.

На вивчення дисципліни відводиться 45 годин, 1,5 кредити ECTS.

2. Інформаційний обсяг навчальної дисципліни

Змістовий модуль 1. Теоретичні основи медіапсихології

Тема 1. Поняття медіапсихології. Категорії медіапсихології. Основні категорії та поняття, що розкривають психологічну сутність «людини медійної», особливості психічних масовидних явищ, закономірності розвитку психічних властивостей людини під впливом масової комунікації. Завдання дисципліни: розуміння механізмів мас-медійного впливу на психіку людини, а також психологічних закономірностей медіавиробництва; орієнтування у психічних масовидних феноменах; усвідомлення та розуміння механізмів утворення та нейтралізації патогенних текстів у медіасередовищі, моральної паніки, яка інспірується медіа; набуття навичок та формування вмінь застосування набутих знань з медіапсихології для ефективного вирішення проблем медіавпливу.

Тема 2. Історія становлення і розвитку масмедіа. Масмедіа як психологічний феномен. Класифікація засобів масової інформації. Історія емпіричних досліджень засобів масової інформації. Теорії і моделі масової комунікації. Соціально-психологічна функція засобів масової інформації в сучасному суспільстві. **Роль ЗМІ в соціальному конструюванні реальності.**

Тема 3. Методи медіапсихології. Основні методи дослідження, які використовує медіа психологія (спостереження, експеримент, опитування, специфічні методи, контент-аналіз). Оцінка та перспективи розвитку даної практичної галузі психології.

Тема 4. Психологічні дослідження медіа культури: проблеми і перспективи. Медіа як особливий тип організаційної культури. Феноменологія, теорії та підходи до дослідження засобів масової інформації. Теоретична і практична важливість дослідження засобів масової інформації для розвитку медіа-психології. Перспективні напрямки вивчення ЗМІ в медіапсихології.

Змістовий модуль 2. Вплив медіа на особистість

Тема 5. Психологічні механізми впливу медіа на психіку. Психологічні впливи мас-медіа на психіку людини: моделювання і культивування, фреймінг і праймінг. Поняття інформаційної війни і інформаційні віруси (меми). Маніпулятизація медіапростору. Психологічні критерії маніпуляції. Соціалізація дитини в умовах агресивного медіа-середовища (медіа-насильство, сексуалізація, агресивний шум).

Тема 6. Вікові норми взаємодії дитини з інформаційним простором. Вікові особливості взаємодії дитини з медіа в родинному контексті. Ризики для дітей до 6-7 років. Ризики для дітей до 9-10 років. Ризики для дітей до 12 років. Ризики для дітей до 16 років.

Тема 7. Медіа-насильство та агресивність. Групова рефлексія. Проблема медіа-насильства. Класифікація медіа-насильства на основі вікової психології. Результати психологічних досліджень впливу сцен насильства на формування агресивної поведінки. Механізми довготривалих та короточасних впливів. Цькування як форма агресивності. Кіберцькування (кібербулінг).

Тема 8. Типологія медіа-залежностей та основні методи їх подолання. Поняття розважальних медіа, бюджет вільного часу та проблеми молодіжного середовища. Медіа-залежності різних типів. Психологія волі і ставлення до тіла, їжі, алкоголю, паління, сексу, до власного майбутнього. Медіа-портрети реальності: роль телебачення в розвитку ожиріння, булімії та анорексії. Кібер-залежність. Ігроманії. Компульсивні розлади. Медіа-впливи: ілюзії розвитку вербального інтелекту (проблеми формування емоційного, соціального, практичного інтелекту).

Змістовий модуль 3. Психологічний аналіз медіаконтенту

Тема 9. Психологічні ефекти масмедіа. Види ефектів масової комунікації. Типологія ефектів масової комунікації за Б.Грушиним. Моделі ефектів. Моделі ефектів масової комунікації за Мак-Квейлом. Колективні реакції на вплив медіа. Види впливу інформаційного повідомлення на групи реципієнтів за Мак-Квейлом. Сфери досліджень ефектів медіа. Формування стереотипів під впливом ефектів медіа.

Тема 10. Психологія кіно мови. Сформувати уявлення в студентів про граматику кіномови та знання про основні елементи кіномови (кадр, світло, фокус, композиція кадру, мізансцена, план, погляд камери, візуальні коди). Проаналізувати психологічні кіноефекти. Навчити виокремлювати елементи аудіовізуальної структури фільму. Розвинути вміння аналізувати кінотексти

Тема 11. Психологічний аналіз кінофільмів: рефлексивний підхід. Забезпечити формування таких умінь і навичок, як вміння виокремлювати елементи аудіовізуальної структури фільму, визначати основні елементи кіномови; показати важливість розуміння елементів кіно мови для активного сприйняття медіатекстів; формувати алгоритм реалізації вмінь аналізувати медіатексти для їх критичного сприйняття.

Тема 12. Реклама як інструмент маніпуляції. Використання мотивів підсвідомого впливу. Маніпуляція підсвідомістю. Законина яких ґрунтується основний сенс маніпуляції. Емоційні мотиви рекламного впливу на особистість реципієнта. Співвідношення емоційних і раціональних мотивів, що впливають на підсвідомість. Які треба зробити висновки, щоб сформувати своє адекватне ставлення до рекламних меседжів.

Тема 13. Психотехнології в рекламі. Формування в студентів критичного мислення при сприйнятті рекламних медіатекстів; ознайомлення студентів з рекламними технологіями; навчити аналізувати рекламну продукцію з точки зору використання маніпулятивних методів впливу на аудиторію; навчити студентів знаходити і обирати відповідну інформацію з різних джерел.

3. Рекомендована література

Базова

1. Медіакультура: соціально-психологічний підхід / За ред. Л.А.Найдьонової, О.Т. Барішпольця. – К.: Міленіум, 2010. – 440 с.

2. Найдьонова Л.А. Медіапсихологія: основи рефлексивного підходу. Підручник / Л.А. Найдьонова; Національна академія педагогічних наук України, Інститут соціальної та політичної психології. – Кіровоград : Імекс-ЛТД, 2015. – 244 с.

Допоміжна

1. Найденова Л. А. Последствия эскалации парасоциальных отношений с виртуальными персонажами / Л. А. Найденова // Современные тенденции в развитии российского медиаобразования : сб. материалов всерос. науч. практ. конф. в 2 т. – М., 2010. – Т. 1 – С. 212–220.
2. Найдьонов М.І. Формування системи рефлексивного управління в організаціях. – К.: Міленіум, 2008.
3. Найдьонова Л. А. Кібер-булінг підлітків (віртуальний терор) як новітній феномен інформаційної доби: теоретико-методичні засади подолання і профілактики / Л. А. Найдьонова // Практична психологія та соціальна робота. – 2010. – №8. – С. 10–18.

4. Форма підсумкового контролю успішності навчання: залік.

5. Засоби діагностики успішності навчання

Діагностика знань студентів здійснюється з допомогою усних та письмових опитувань на практичних заняттях, усних залікових завдань.