



Форма опису програми екзамену

Затверджено на засіданні кафедри української літератури, компаративістики і
грінченкознавства, протокол № 7 від 30.04.2024 року

Поля форми	Опис полів
Київський столичний університет імені Бориса Грінченка	
Кафедра української літератури, компаративістики і грінченкознавства	
ПРОГРАМА ЕКЗАМЕНУ з дисципліни «Медіапсихологія»	
Курс	2 курс
Освітній рівень	перший (бакалаврський)
Спеціальність	021 «Аудіовізуальне мистецтво та виробництво»
Освітня програма	«Ведучий телевізійних програм»
Форма проведення: письмова / усна / комбінована	Письмова (студентам пропонується відповісти на 20 тестових питань і 1 проблемне питання)
Тривалість проведення:	2 години на написання
Максимальна кількість балів: 40 балів	40 балів 20 тестових питань – 20 балів; 1 проблемне питання – 20 балів.
Критерії оцінювання:	36-40 балів – «відмінно»: безпомилкові і повні відповіді на питання (не менше 90% потрібної інформації); 30-35 балів – «добре»: достатньо повні і з незначними помилками відповіді на питання (не менше 75% потрібної інформації); 25-29 балів – «задовільно»: неповні і з помилками відповіді на питання (не менше 60% потрібної інформації); 1-24 балів – «незадовільно»: недостатні і незадовільні, з суттєвими помилками відповіді на питання (менше 60% потрібної інформації).
Перелік допоміжних матеріалів:	Програма, таблиця оцінювання знань студентів, ЕНК https://elearning.kubg.edu.ua/course/view.php?id=26875
Орієнтовний перелік питань:	1. Медіапсихологія як нова галузь психологічних досліджень. 2. Медіапсихологія у системі міждисциплінарних досліджень. 3. Сучасний стан і перспективні напрямки досліджень у медіапсихології. 4. Основні категорії медіапсихології. 5. Медіареальність як психологічний феномен. 6. Психологічні проблеми медіакультури як нової соціальної реальності. 7. Основні методи досліджень у медіапсихології. 8. Психологічні моделі функціонування ЗМІ. 9. Проблеми сприйняття у медіапросторі. 10. Особливості новинного медіаконтенту.

	<p>11. Проблема суб'єкта та об'єкта медіапростору. 12. Соціально-психологічні особливості різних груп аудиторії ЗМІ. 13. Психологічні методи впливу мас-медіа на аудиторію. 14. Теорії впливу ЗМІ на аудиторію. 15. Ефекти впливу мас-медіа на особистість. 16. Вплив ЗМІ на емоційний розвиток особистості. 17. ЗМІ як джерело агресії та насильства. Феномен медіальної агресії. 18. Вплив ЗМІ на когнітивний розвиток дітей та підлітків. 19. Дослідження впливу мас-медіа, Інтернету та соціальних мереж на дітей. 20. Психологічні особливості Інтернет-культури. 21. Адиктивні феномени у віртуальному просторі. 22. Кібербулінг як психологічний феномен та його наслідки. 23. Психологічний вплив реклами на особистість. 24. Масмедіа як інструмент маніпуляції. 25. Свідоме та несвідоме особистості у медіапросторі. 26. Проблеми інформаційної безпеки ЗМІ. 27. Структура та критерії медіакомпетентності. 28. Медіаосвіта і проблема інформаційно-психологічної безпеки особистості. 29. Методи формування медіакомпетентності. 30. Медіаімунітет, його особливості.</p>
<p>Екзаменатор </p> <p>Завідувач кафедри </p>	<p>Т.О. Саврасова-В'юн</p> <p>О.О.Бровко</p>