МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ,
МИНИСТЕРСТВО НАУКИ, ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ И ИННОВАЦИЙ
КЫРГЫЗСКОЙ РЕСПУБЛИКИ

МОО ВО Кыргызско-Российский Славянский университет
имени первого Президента Российской Федерации Б.Н. Ельцина

УТВЕРЖДАЮ
Директор Социо-гуманитарного
Института
Голобородько И.Л.
03.09.2026 г.

Психологические риски и стратегические факторы медиасреды

аннотация дисциплины (модуля)

Разработано **Высшая школа Коммуникаций и медиа**

Учебный план b420302_26_1 жур.plx
Направление 42.03.02 - РФ, 530600-КР Журналистика
Профиль "Международная журналистика"

Квалификация **бакалавр**

Форма обучения **очная**

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	3 (2.1)		Итого	
Недель	18			
Вид занятий	УП	РП	УП	РП
Лекции	16	16	16	16
Практические	32	32	32	32
Контактная работа в период теоретического обучения	0,2	0,2	0,2	0,2
В том числе инт.	2	2	2	2
В том числе в форме практ.подготовки	4	4	4	4
Итого ауд.	48	48	48	48
Контактная работа	48,2	48,2	48,2	48,2
Сам. работа	59,8	59,8	59,8	59,8
Итого	108	108	108	108

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	
1.1	Цель дисциплины оснастить знаниями, умениями и навыками в области психологии массовых коммуникаций

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП	
Цикл (раздел) ООП:	Б1.В.ДВ.01
2.1	**Требования к предварительной подготовке обучающегося:**
2.1.1	Всеобщая история
2.1.2	История отечественной журналистики XVIII - XIX веков
2.1.3	История отечественной журналистики XX века
2.1.4	Основы критического мышления
2.1.5	Профессиональная этика журналиста
2.1.6	Теория и практика массовой информации
2.2	**Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:**
2.2.1	Теория политики
2.2.2	Геополитика
2.2.3	Психология массовой коммуникации
2.2.4	Социология массовых коммуникаций
2.2.5	Теория и практика массовой информации
2.2.6	Правовые основы журналистики
2.2.7	Эмпирическая социология

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	
ПК-3: Проверяет достоверность информации, используя социологические, политологические, культурологические методы исследования, базы данных, прочие компьютерные технологии, разграничивает факты и мнения	
Знать:	
Уровень 1	Основные психологические риски в медиасреде (когнитивные искажения, манипуляции, эффект «эхо-камеры»).
Уровень 2	Стратегические факторы формирования медиаконтента (алгоритмы, таргетинг, влияние социальных сетей).
Уровень 3	Методы проверки достоверности информации: критический анализ источников, фактчекинг, работа с базами данных.
Уметь:	
Уровень 1	Анализировать медиаконтент с учётом психологических рисков (выявлять признаки манипуляции, эмоциональной окраски).
Уровень 2	Применять методы проверки достоверности информации (сравнение источников, использование фактчекинговых сервисов).
Уровень 3	Интерпретировать данные из открытых и специализированных баз, учитывая стратегические факторы медиасреды.
Владеть:	
Уровень 1	Инструментами мониторинга медиапространства (поиск, фильтрация, аналитические сервисы).
Уровень 2	Компьютерными технологиями для анализа информации (системы фактчекинга, программы для анализа больших данных).
Уровень 3	Методами критического мышления и психологической оценки рисков при работе с информацией.

ПК-4: Способен подготовить журналистский текст/продукт о функционировании и деятельности политических, социальных, законодательных, судебно-исполнительных структурах, международной информационной повестке, нормах и ценностях, передаваемый по различным каналам средствами массовой информации, а также другими медиа, и адресованный разным аудиторным группам	
Знать:	
Уровень 1	Психологические риски восприятия информации в медиасреде (эффект фрейминга, эмоциональные триггеры, когнитивные искажения).
Уровень 2	Стратегические факторы влияния на медиаповестку (алгоритмы распространения, таргетинг, медиапланирование).
Уровень 3	Жанры и форматы журналистских материалов для разных каналов и аудиторий. Нормы этики и правовые требования при подготовке материалов о политических и социальных структурах.
Уметь:	
Уровень 1	Анализировать медиаконтент с учётом психологических рисков и стратегических факторов.
Уровень 2	Подбирать форму подачи материала (текст, мультимедиа) для разных каналов и целевых групп. Структурировать материал так, чтобы минимизировать манипулятивные эффекты и повысить

	достоверность.
Уровень 3	Применять методы фактчекинга и критического анализа при работе с информацией о политических и социальных институтах.
Владеть:	
Уровень 1	Технологиями подготовки журналистских материалов (текстовых, визуальных, мультимедийных) для различных платформ.
Уровень 2	Навыками адаптации контента под психологические особенности восприятия разных аудиторий.
Уровень 3	Методами стратегического планирования медиапродукта с учётом рисков и этических норм.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

3.1	**Знать:**
Обучающийся должен знать психологические риски и когнитивные искажения в медиасреде, механизмы манипуляции и стратегические факторы формирования информационной повестки, включая алгоритмы распространения контента, таргетинг и медиапланирование. Также необходимо понимание методов проверки достоверности информации, принципов разграничения фактов и мнений, жанров и форматов журналистских материалов для различных каналов и аудиторий, а также этических и правовых норм работы с информацией о политических и социальных структурах.	
3.2	**Уметь:**
анализировать медиаконтент с учётом психологических рисков и стратегических факторов, применять методы фактчекинга и критического анализа, работать с базами данных, структурировать и адаптировать материалы для разных каналов и целевых групп, минимизировать манипулятивные эффекты и обеспечивать достоверность информации, а также подбирать форму подачи материала с учётом особенностей восприятия аудитории.	
3.3	**Владеть:**
Обучающийся должен владеть инструментами мониторинга медиапространства и анализа информационных потоков, компьютерными технологиями для проверки достоверности и подготовки медиапродуктов, навыками создания журналистских материалов в текстовом, визуальном и мультимедийном форматах, методами стратегического планирования медиапродукта с учётом психологических рисков и этических норм, а также технологиями адаптации контента под разные аудитории и каналы коммуникации.	