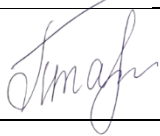


ЗАТВЕРДЖЕНО
на засіданні кафедри медіапродюсування
та видавничої справи
(протокол № 1 від 28 серпня 2026 року)

Поля форми	Опис полів
Київський столичний університет імені Бориса Грінченка	
Кафедра медіапродюсування та видавничої справи	
ПРОГРАМА ЕКЗАМЕНУ з дисципліни «ПСИХОЛОГІЯ МЕДІАПРОСЬЮМЕРІВ»	
Курс	1 курс другого (магістерського) рівня вищої освіти
Спеціальність Освітня програма	С 7 Журналістика 2.С7.00.04 Контент-продюсування цифрових медіапроектів
Форма проведення: письмова / усна / комбінована	Письмова (студентам пропонується виконати тестові завдання різних типів)
Тривалість проведення:	2 години на написання
Максимальна кількість балів: 40 балів	40 балів Тестові завдання різних рівнів складності – 40 балів
Критерії оцінювання:	36-40 балів – «відмінно»: безпомилкові і повні відповіді на закриті і відкриті тестові завдання (не менше 90% потрібної інформації); 30-35 балів – «добре»: достатньо повні і з незначними помилками відповіді на закриті і відкриті тестові завдання (не менше 75% потрібної інформації); 25-29 балів – «задовільно»: неповні і з помилками відповіді на закриті і відкриті тестові завдання (не менше 60% потрібної інформації); 1-24 балів – «незадовільно»: недостатні і незадовільні, з суттєвими помилками відповіді на закриті і відкриті тестові завдання (менше 60% потрібної інформації).
Перелік допоміжних матеріалів:	Програма, таблиця оцінювання знань студентів, ЕНК https://elearning.kubg.edu.ua/course/view.php?id=23343

Орієнтовний перелік питань:

1. Типи просьюмерів та їх основні характеристики.
2. Поняття медіапросьюмерізму.
3. Когнітивні риси медіапросьюмера.
4. Емоційно-ціннісні риси медіапросьюмера.
5. Поведінкові риси медіапросьюмера.
6. Переваги та недоліки просьюмерізації.
7. Емоційна домінанта сприйняття. Харизматична модель комунікатора.
8. Психологічні чинники ефективності інформаційної діяльності.
9. Деіндивідуалізації особистості. Тенденції толерантності. Закони внутрішньої етики.
10. Психолого-етичні проблеми інформаційної діяльності.
11. Вікова періодизація розвитку. Специфіка медіапродуктів для осіб різного віку.
12. Дослідження особливостей сприймання.
13. Психологічні особливості медіапродукту для дітей 0-3 років.
14. Особливості пізнавальної сфери дітей дошкільного віку.
15. Приховані впливи у дитячих мультфільмах.
16. Медіа для підлітків, для юнаків. Аудиторія дорослих.
17. Маніпулятивні прийоми і технології.
18. Вплив на когнітивну сферу та способи впливу на свідомість людини.
19. Методи маніпулювання свідомістю (неусвідомлювані впливи на свідому сферу особистості).
20. Закони інформаційного впливу.
21. Маніпулювання установками та ціннісними орієнтаціями аудиторії.
22. Протистояння впливам. Робота захисних механізмів психіки людини.
23. Активація психологічних захистів через ЗМІ.
24. Способи впливу на несвідому сферу. 25-й кадр: міфи та реальність.
25. Дослідження неусвідомлених впливів.
26. Протистояння (уникнення) несвідомим впливам.
27. Поняття критичного мислення: сутність та зміст.
28. Компоненти критичного мислення: теорія, практика, установки. Сильні та слабкі сторони критичного мислення особистості.
29. Медіаперсонажі. Емоційний інтелект, мислення, розум, довіра.
30. Методи розвитку критичного мислення.
31. Стратегії розвитку критичного мислення. Навички активного слухання: звикаємо до умінь.
32. Онлайн спілкування і критичне мислення.

	33. Основні підходи реклами, психологічна структура. 34. Рекламна концепція, стратегія, план. 35. Медіапланування. 36. Інтенсивність рекламного впливу. 37. Психологічна ефективність реклами. 38. Прямі і непрямі порушення у сфері реклами. 39. «Промоушн-війни». 40. Ігрове реалізація в сучасній журналістській практиці. 41. Хепенінг і інші ефективні технології. 42. Соціально-психологічне моделювання діяльності комунікаторів. 43. Кіберсоціалізація і групова динаміка в медіасередовищі. 44. Соціометрія. Механізми групової динаміки. 45. Медіанасильство. Взаємодія в медіасередовищі і протидія кібербулінгу.
Екзаменатор 	Катерина БАЛАБАНОВА
Завідувач кафедри 	Тетяна ФАЙЧУК