

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Костромской государственный университет»
(КГУ)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Коммуникативные технологии в современных СМИ

Направления подготовки 42.03.02 Журналистика

Направленность: «Журналистика и цифровые медиакоммуникации»

Квалификация выпускника: бакалавр

Кострома

2022, 2023

Рабочая программа дисциплины разработана в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом ВО 3++ – бакалавриат направления подготовки 42.03.02 «Журналистика», утверждённого МИНОБРНАУКИ России 08.06.2017 г. (приказ № 524, зарегистрирован 29.06.2017 г., регистр. № 47219).

Разработал: Белякова Е.Н. зав. кафедрой МКИТ, к.филол.н., доцент; Кондратьев П.А.

Рецензент: Сажин С.В. Начальник службы радиовещания
филиала ФГУП ВГТРК ГТРК "Кострома"

ПРОГРАММА УТВЕРЖДЕНА:

Заведующий кафедрой медиакоммуникаций и туризма:

Белякова Е.Н., к.филол.н., доцент

Протокол заседания кафедры №8 от 21.04.2022г.

ПРОГРАММА ПЕРЕУТВЕРЖДЕНА:

Заведующий кафедрой медиакоммуникаций и туризма:

Белякова Е.Н., к.филол.н., доцент

Протокол заседания кафедры №8 от 30.03.2023г.

1. Цели и задачи освоения дисциплины

Цель дисциплины: Формирование представления о разнообразии современных КТ в сфере СМИ; овладение знаниями, умениями и навыками использования КТ в профессиональной деятельности.

Задачи дисциплины:

- усвоение понятийно-категориального аппарата дисциплины;
- формирования системного представления о современных коммуникативных технологиях;
- уяснение взаимосвязи между понятиями «коммуникация», «коммуникативная технология» «аудиовизуальная коммуникация», «массмедиа», «средства массовой информации», «средства массовой коммуникации»;
- овладение знаниями, умениями и навыками использования различных КТ в профессиональной деятельности;
- профессионально-трудовое воспитание обучающихся посредством содержания дисциплины и актуальных воспитательных технологий.

2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

освоить *компетенции*:

ОПК-6 – Способен понимать принципы работы современных информационно-коммуникационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной сферы.

ОПК-6.1. Должен знать и понимать принципы работы современных информационных технологий.

ОПК-6.2. Уметь использовать современные информационные системы и технологии в решении профессиональных задач.

ОПК-6.3. Иметь навыки работы с современным общесистемным и офисным программным обеспечением, в т.ч. отечественного производства.

ОПК-6.4. Иметь навыки обеспечения информационной безопасности при работе с современными информационными системами и технологиями.

Знать:

- понятийно-категориальный аппарат дисциплины;
- основные виды, функции и механизмы современных коммуникативных технологий

Уметь:

- Использовать различные КТ в профессиональной деятельности;
- разрабатывать, корректировать и анализировать концепцию СМИ;

Владеть:

- различными КТ для осуществления профессиональной деятельности;
- технологиями разработки концепции СМИ и локального авторского медиапроекта

3. Место дисциплины в структуре ОП ВО

Дисциплина относится к блоку Б.1, обязательной части учебного плана; изучается в 3 семестре. Изучение предмета частично основывается на ранее освоенных дисциплинах: «Современный русский язык и культура речи», «Деловые коммуникации», «Философия», «Системный подход и критическое мышление», «Основы теории и практики журналистской деятельности. Система СМИ», «Техника речи ведущего медиапрограмм». Изучение курса напрямую связано с дисциплинами «Телевидение в системе СМИ», «Радио в системе СМИ» и др.

Изучение дисциплины является основой для освоения последующих дисциплин / практик: для изучения дисциплин «Интернет и СМИ: язык новых медиа», «Психология и технология интервью», «Язык и стиль рекламы в современных медиа» и др., для прохождения различных видов практик, для подготовки к государственной итоговой аттестации.

4. Объем дисциплины

4.1. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием академических часов и виды учебной работы

Виды учебной работы,	Очная форма
Общая трудоемкость в зачетных единицах	2
Общая трудоемкость в часах	72
Аудиторные занятия в часах, в том числе:	32
Лекции	16
Практические занятия	
Лабораторные занятия	16
Самостоятельная работа в часах	29,75
Форма промежуточной аттестации	Зачёт: 0,25

4.2. Объем контактной работы на 1 обучающегося

Виды учебных занятий	Очная форма
Лекции	16
Практические занятия	
Лабораторные занятия	16
Консультации	-
Зачет/зачеты	0,25
Экзамен/экзамены	-
Курсовые работы	-
Курсовые проекты	
Всего	32,25

5. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам), с указанием количества часов и видов занятий

5.1 Тематический план учебной дисциплины

№	Название раздела, темы	Всего з.е/час	Аудиторные занятия			Самостоятельная работа
			Лекц.	Практ.	ЭО.	
1.	Коммуникативные технологии: сущность, разновидности, методы	3	1			2
2.	Спиндокторинг как искусство информационного освещения события.	6	2	2		2
3.	Управление новостью в журналистике и PR (стратегии новостного менеджмента).	6	2	2		2
4.	Коммуникативные технологии информационных и психологических войн	7	2	2		3
5.	Технологии работы со слухами	6	2	2	2	2
6.	Спичрайтинг в структуре современных коммуникативных технологий	7	2	2	2	3
7.	Основы переговорного процесса.	6	2	2	2	2
8	Современные имиджевые стратегии	6	2	2	2	2
9	Технологии партизанского маркетинга	5	1	2	2	2
	Зачёт	10				9,75+0,25
	Итого:	2/72	16	16	10	30

5.2. Содержание:

Тема 1. Коммуникативные технологии: сущность, разновидности, методы.

Современная коммуникация и ее модели. Коммуникативная цепочка Ласуэлла. Понятие коммуникативного пространства. Способы организации коммуникации. Виды организации коммуникативного пространства: символическая, визуальная, мифологическая, коммуникативная и другие. Понятие коммуникативной технологии. Палитра коммуникативных технологий в рамках современных Public Relations. Базовые исследовательские дисциплины и базовая прикладная деятельность для освоения современных коммуникативных технологий. Роль методов манипуляции в современном коммуникативном воздействии на аудиторию. Допустимые и недопустимые формы манипуляция, их ведущие приемы.

Тема 2. Спиндокторинг как искусство информационного освещения события

Понятие спиндокторинга. Исторические проявления искусства спиндокторинга: от античности до наших дней. Сферы работы спиндоктора. Отличие деятельности спиндоктора от деятельности журналиста. Основные характеристики спиндокторинга как коммуникативной технологии. Жизненный цикл события и управление его информационным освещением. Основные разновидности «спина»: до-спин, после-спин, торнадо-спин и другие. Ведущие инструменты работы спиндоктора: торможение и ускорение. Основные приемы и принципы работы спиндоктора по управлению новостями.

Тема 3. Управление новостью в журналистике и PR (стратегии новостного менеджмента)

Проблема управления новостями и новостными потоками в современных массовых коммуникациях. Понятие новости: различные подходы. Новостной менеджмент как конвергенция события в новость. Задачи современного новостного менеджмента. Управление новостными потоками. Управление новостью и его основные приемы. Конструирование новости. Основной и дополнительный «вес» новости». Ведущие технологии современного новостного менеджмента. Этические проблемы управления новостями в журналистике и PR.

Тема 4. Коммуникативные технологии информационных и психологических войн.

Понятие коммуникативной войны. Войны информационные и психологические: общее и специфическое. Общая модель воздействия в информационной кампании. Исторические примеры ведения информационных кампаний. Методы ведения коммуникативных войн: цивилизованные и нецивилизованные. Место рекламной и маркетинговой войны в информационном воздействии на аудиторию. Пропагандистские модели воздействия на аудиторию в ходе информационных и психологических войн (метод «промыывания мозгов»). Характер информационного и психологического оружия и его разновидности (от устных методов до кинематографа). Понятие асимметричности в информационной кампании. Американский, европейский и отечественный опыт ведения информационных и психологических войн; различные подходы к пониманию их сути, содержания, методов.

Тема 5. Технологии работы со слухами

Понятие слуха. Слух как специфическая коммуникативная единица. Коммуникативные характеристики и основные признаки слуха. Возможные классификации слухов: по сфере распространения; по степени достоверности; по содержанию (слух-мечта, слух пугало и т.д.) и прочие. Слухи в политике. Специфика политического слуха. Методы работы со слухами в политике. Технологии запуска необходимых слухов и «микширования» слухов невыгодных. Понятие корпоративного слуха. Внешние и внутренние слухи. Методы работы со слухами внутри трудового коллектива.

Тема 6. Спичрайтинг в структуре современных коммуникативных технологий

Место спичрайтинга в системе современных коммуникативных технологий. Основные элементы процесса создания ораторской речи. Методы сбора материала, создания текста, воздействия на аудиторию. Специфика политического спичрайтинга. Технологии создания речей для политиков. Основные типы лидеров, обуславливаемые особенностями их речевого поведения (монархический и харизматический). Речевые приемы адекватного взаимодействия с аудиторией в зависимости от типа лидера. Фашистская пропаганда как эффективная ораторская методика; цивилизованные пределы и возможности использования ее манипулятивных приемов в современном спичрайтинге. Специфика создания речей для современного делового лидера. Бизнес-коммуникации и роль вербального компонента в создании имиджа бизнесмена.

Тема 7. Основы переговорного процесса

Институт современных переговоров. Переговорный процесс как коммуникативная технология: понятие, фазы, цели. Современные классификации переговоров. Модели и стили переговоров. Основные переговорные стратегии: мягкая, жесткая, стратегия затяжных переговоров. Гарвардская школа Р. Фишера и У. Юри («стратегия принципиальных переговоров») как альтернатива мягким и жестким моделям ведения переговорного процесса. Основные постулаты стратегии принципиальных переговоров. Основные поведенческие тактики современных переговоров (умение торговаться, умение задавать

правильные вопросы и т.д.). Ведущие факторы, влияющие на исход переговорного процесса.

Тема 8. Современные имиджевые стратегии.

Имиджмейкер как профессия. Имидж как понятие и культурный феномен: исторические реминисценции. Классификации имиджа. Персональный имидж и его компоненты. Корпоративный имидж и технологии его создания. Понятие имиджевых стратегий. Позитивные и негативные имиджевые стратегии. Технологии разрушения имиджа: партизанские и фронтальные атаки. Методы антиимиджевых кампаний. «Белые» и «черные» приемы имиджмейкинга. Методы защиты от нападения на имидж (стратегии возвышения имиджа). Технологии защиты от партизанских и фронтальных атак.

Тема 9. Технологии партизанского маркетинга.

Понятие и место нестандартного маркетинга в структуре современных коммуникативных технологий. Партизанский маркетинг. Вирусный маркетинг. Игровой маркетинг. Ведущие принципы и характеристики партизанского маркетинга. Инструменты массового, локального и точечного воздействия на потребителя в партизанском маркетинге. Основные приемы партизанского маркетинга. Проблемы этики применения «партизанских» технологий

6. Методические материалы для обучающихся по освоению дисциплины

6.1. Самостоятельная работа обучающихся по дисциплине (модулю)

№ п/п	Раздел (тема) дисциплины	Задание	Методические рекомендации по выполнению задания	Форма контроля
1.	Коммуникативные технологии: сущность, разновидности, методы	Подготовить электронную презентацию по вопросам темы, выступить с презентацией на занятии.	Изучите соответствующие материалы учебной литературы, лекций, методических рекомендаций, подготовленных преподавателем.	Проверка презентаций, оценивание выступающих с презентациями на лабораторном занятии.
2.	Спиндокторинг как искусство информационного освещения события.	Подготовить собственную справку об истории проявления искусства спиндокторинга: от античности до наших дней. Сферы работы спиндоктора.	Изучите соответствующие материалы учебной литературы, лекций, методических рекомендаций, подготовленных преподавателем.	Опрос, проверка письменных заданий самостоятельной работы, обсуждение в группе.
3.	Управление новостью в журналистике и PR (стратегии новостного менеджмента).	Расскажите об основных технологиях современного новостного менеджмента	Изучите соответствующие материалы учебной литературы, лекций, методических рекомендаций, подготовленных преподавателем.	Устный опрос на занятии, представление и проверка презентаций, рассмотрение материалов к ток-шоу.
4.	Коммуникативные технологии	Подготовьтесь к коллоквиуму!	Изучите соответствующие	Проведение теоретического коллоквиума.

	информационных и психологических войн	Список понятий, терминов и выражений для теоретического коллоквиума: Дезинформация Дезориентация Деидеологизация Демагогия Деонтология Диффамация. Понятие асимметричности в информационной кампании. Американский, европейский и отечественный опыт ведения информационных и психологических войн; различные подходы к пониманию их сути, содержания, методов	материалы учебной литературы, лекций, методических рекомендаций, подготовленных преподавателем.	
5.	Технологии работы со слухами	Подготовьтесь публичное выступление с электронной презентацией по вопросам занятия. Подготовьтесь к деловой игре «Технологии работы со слухами». Вопросы для мозгового штурма: Методы работы со слухами в политике. Технологии запуска необходимых слухов и «микширования» слухов невыгодных.	Изучите соответствующие материалы учебной литературы, лекций, методических рекомендаций, подготовленных преподавателем.	Проверка презентаций. Учебная отработка технологий. Самоанализ деятельности студентов на деловой игре.
6.	Спичрайтинг в структуре современных коммуникативных технологий	Выполнение упражнения (тестовых заданий), совершенствующих речь будущих журналистов, позволяющих осознать несомненную важность владения журналистом речью - Специфика создания речей для современного делового лидера.	Изучите соответствующие материалы учебной литературы, лекций, методических рекомендаций, подготовленных преподавателем.	Опрос, решение тестовых заданий, учебное создание, редактирование различных речевых произведений СМИ.
7.	Основы переговорного процесса.	Подготовьте работу по теме: Основные поведенческие тактики современных переговоров (умение торговаться, умение задавать правильные вопросы и т.д.).	Изучите соответствующие материалы учебной литературы, лекций, методических рекомендаций, подготовленных преподавателем, Интернет-источники.	Опрос, проверка работ, публичная защита проекта на занятии.
8	Современные имиджевые стратегии	Подготовьте работу по теме: Понятие имиджевых стратегий. Позитивные и негативные имиджевые стратегии	Изучите соответствующие материалы учебной литературы, лекций, методических рекомендаций, подготовленных преподавателем, Интернет-источники.	Изучите соответствующие материалы учебной литературы, лекций, методических рекомендаций, подготовленных преподавателем, Интернет-источники.
9	Технологии	Подготовьте работу по теме: Основные приемы	Изучите	Изучите соответствующие

	партизанского маркетинга	партизанского маркетинга.	соответствующие материалы учебной литературы, лекций, методических рекомендаций, подготовленных преподавателем, Интернет-источники.	материалы учебной литературы, лекций, методических рекомендаций, подготовленных преподавателем, Интернет-источники.
--	--------------------------	---------------------------	---	---

6.2. Тематика практических занятий

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ 1. Способы организации коммуникации.

Виды организации коммуникативного пространства: символическая, визуальная, мифологическая, коммуникативная и другие.

Понятие коммуникативной технологии.

Палитра коммуникативных технологий в рамках современных Public Relations..

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ 2. Сферы работы спиндоктора.

Отличие деятельности спиндоктора от деятельности журналиста.

Спиндокторинг как коммуникативная технология.

Ведущие инструменты работы спиндоктора: торможение и ускорение.

Основные приемы и принципы работы спиндоктора по управлению новостями

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ 3. Новостной менеджмент

Новостной менеджмент как конвергенция события в новость.

Задачи современного новостного менеджмента.

Управление новостными потоками.

Управление новостью и его основные приемы.

Конструирование новости.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ 4. Рекламные и маркетинговые войны.

Пропагандистские модели воздействия на аудиторию в ходе информационных и психологических войн (метод «промывания мозгов»).

Характер информационного и психологического оружия и его разновидности (от устных методов до кинематографа).

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ 5. Слух как специфическая коммуникативная единица.

Коммуникативные характеристики и основные признаки слуха.

Классификации слухов: по сфере распространения; по степени достоверности; по содержанию(слух-мечта, слух пугало и т.д.) и прочие.

Слухи в политике.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ 6. Спичрайтинг.

Спичрайтинг в системе современных коммуникативных технологий.

Основные элементы процесса создания ораторской речи.

Методы сбора материала, создания текста, воздействия на аудиторию.

Специфика политического спичрайтинга.

Технологии создания речей для политиков.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ 7. Переговорный процесс.

Переговорный процесс как коммуникативная технология: понятие, фазы, цели.

Современные классификации переговоров.

Модели и стили переговоров.

Основные переговорные стратегии: мягкая, жесткая, стратегия затяжных переговоров.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ 8. Современные имиджевые стратегии.

Имиджмейкер как профессия.

Имидж как понятие и культурный феномен.

Классификации имиджа.

Персональный имидж и его компоненты.

Корпоративный имидж и технологии его создания.

Понятие имиджевых стратегий. Позитивные и негативные имиджевые стратегии

6.3. Тематика и задания для лабораторных занятий

Учебным планом не предусмотрены.

6.4. Методические рекомендации для выполнения курсовых работ (проектов)

Учебным планом не предусмотрены.

7. Перечень основной и дополнительной литературы, необходимой для освоения дисциплины

а) основная:

1. Мандель, Б.Р. Современная психология массовых коммуникаций: история, теория, проблематика : учебное пособие для обучающихся в магистратуре / Б.Р. Мандель. - Изд. 2-е, стер. - Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2019. - 438 с. : ил., табл. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-4499-0065-4 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=443847> (

2. Шарков, Ф.И. Интегрированные коммуникации: массовые коммуникации и медиапланирование : учебник / Ф.И. Шарков, В.Н. Бузин ; под общ. ред. Ф.И. Шаркова. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2017. - 486 с. : ил. - (Учебные издания для бакалавров). - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-01185-6 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=454107>

3. Набокова, Л.С. Теория и практика массовой информации : учебное пособие / Л.С. Набокова, Е.А. Ноздренко, И.А. Набоков ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Сибирский Федеральный университет. - Красноярск : СФУ, 2016. - 242 с. : ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-7638-3413-0 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=497361>

4. Казаков, А.А. Политические аспекты медийной грамотности: учебное пособие для студентов вузов / А.А. Казаков. - Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2019. - 126 с. : табл., граф. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-4475-9922-5 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=498856>

5. Кузнецов, И.Н. Бизнес-риторика / И.Н. Кузнецов. - 4-е изд. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2017. - 407 с. : ил. - Библиогр.: с. 343 – 351 - ISBN 978-5-394-02146-6; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=495783>

б) дополнительная:

1. Теория и практика речевой коммуникации : практикум / Министерство образования и науки Российской Федерации, Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего профессионального образования «СевероКавказский федеральный университет» ; авт.-сост. Е.Н. Красикова, А.С. Калашова. - Ставрополь : СКФУ, 2016. - 118 с. : ил. ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=45929>
2. Сердобинцева, Е.Н. Структура и язык рекламных текстов / Е.Н. Сердобинцева. - Москва : Флинта, 2010. - 81 с. - ISBN 978-5-9765-0910- 8 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=57575>
3. Стацевич, Е. Манипуляции в деловых переговорах: практика противодействия / Е. Стацевич, К. Гуленков, И. Сорокина ; науч. ред. П. Паршин. – 3-е изд., доп. – Москва : Альпина Паблишер, 2016. – 150 с. – ISBN 978-5-9614-4703-3 ; То же [Электронный ресурс]. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=279700>(14.05.2019).
4. Емельянова, Е.А. Деловые коммуникации : учебное пособие / Е.А. Емельянова ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Томский Государственный Университет Систем Управления и Радиоэлектроники (ТУСУР). – Томск : Эль Контент, 2014. - 122 с. : табл., ил. – Библиогр.: с. 100-103 – ISBN 978-5-4332-0185-9; То же [Электронный ресурс]. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=480463>(14.05.2019).

8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

Электронные библиотечные системы:

1. ЭБС Университетская библиотека онлайн - <http://biblioclub.ru>
2. ЭБС «ZNANIUM.COM» <http://znanium.com>

9. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Лекционные занятия проводятся в аудиториях с требуемым числом посадочных мест, оборудованные мультимедиа.

Практические занятия проводятся в компьютерных классах либо в аудиториях, оборудованных мультимедиа, в том числе микрофоном с усилением.

Необходимое программное обеспечение – офисный пакет.