Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Максимов Алексей Борисович
Должность: директор департамента по образовательной политике
Дата подписания: 05.06.2024 14:34:39
Уникальный программный ключ:
8db180d1a3f02ac9e60521a5672742735c18b1d6

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«МОСКОВСКИЙ ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(МОСКОВСКИЙ ПОЛИТЕХ)

Институт издательского дела и журналистики

УТВЕРЖДАЮ
Директор
_____ /Е.Л. Хохлогорская/

«15» февраля 2024 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

МЕДИАКОММУНИКАЦИИ В ЖУРНАЛИСТИКЕ

Направление подготовки
42.03.02 Журналистика

Профили
Периодические издания и мультимедийная журналистика,
Деловая журналистика

Квалификация
бакалавр

Формы обучения
Очная, заочная

Москва, 2024 г.

Разработчик(и):

Д.ф.н., профессор кафедры «Журналистика и массовые коммуникации имени М.Ф. Ненашева» С.С. Распопова



К.ф.н., доцент кафедры «Журналистика и массовые коммуникации имени М.Ф. Ненашева» /С.Э. Лебедева/



Согласовано:
Заведующий кафедрой «Журналистика и массовые коммуникации имени М.Ф. Ненашева»,
д.ф.н., доцент /Е.В. Перевалова/



Руководитель образовательной программа



д.ф.н., доцент /Е.В. Перевалова/

Содержание

1.	Цели, задачи и планируемые результаты обучения по дисциплине	4
2.	Место дисциплины в структуре образовательной программы	5
3.	Структура и содержание дисциплины	5
3.1.	Виды учебной работы и трудоемкость	5
3.2.	Тематический план изучения дисциплины	5
3.3.	Содержание дисциплины	6
3.4.	Тематика семинарских/практических и лабораторных занятий	7
3.5.	Тематика курсовых проектов (курсовых работ)	7
4.	Учебно-методическое и информационное обеспечение	7
4.1.	Нормативные документы и ГОСТы	7
4.2.	Основная литература	7
4.3.	Дополнительная литература	8
4.4.	Электронные образовательные ресурсы	8
4.5.	Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение	8
4.6.	Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы	8
5.	Материально-техническое обеспечение	8
6.	Методические рекомендации	8
6.1.	Методические рекомендации для преподавателя по организации обучения	8
6.2.	Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины	9
7.	Фонд оценочных средств	9
7.1.	Методы контроля для оценивания результатов обучения	9
7.2.	Шкала и критерии оценивания результатов обучения	10
7.3.	Оценочные средства	12

1. Цели, задачи и планируемые результаты обучения по дисциплине

Цель изучения дисциплины «Медиакоммуникации в журналистике» – ознакомление с теорией медиакоммуникации как структуры, процесса и вида деятельности с учетом системы факторов, действующих в социальном пространстве и влияющих на характер коммуникации.

К числу основных **задач** освоения дисциплины относятся:

- систематизированное изложение основ теории медиакоммуникации в широком научном контексте, включающем методологические, философские, социопсихологические, семиотические, лингвистические аспекты;
- освоение студентами базового научного аппарата современной коммуникативистики, методов исследования медиакоммуникации;
- знакомство с основными уровнями социальной коммуникации, спецификой коммуникаций в различных сферах социальной жизни;
- акцентирование прагматических аспектов вербальной (устной и письменной) и невербальной коммуникации;
- выработка у студентов умений и способностей эффективного взаимодействия, определяющих высокий уровень коммуникативной компетентности в сферах профессионально ориентированной и бытовой коммуникации.

Обучение по дисциплине «Медиакоммуникации в журналистике» направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций:

Код и наименование компетенций	Индикаторы достижения компетенции
УК-3 Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	ИУК-3.1. Определяет свою роль в команде, исходя из стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели, учитывая особенности поведения и интересы других участников команды ИУК-3.2. Планирует и анализирует последствия личных действий, адекватно оценивает идеи и предложения других участников для достижения поставленной цели в командной работе ИУК-3.3. Осуществляет обмен информацией, знаниями и опытом с членами команды, соблюдая установленные нормы и правила социального взаимодействия, несет личную ответственность за свой вклад в результат командной работы

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Медиакоммуникации в журналистике» относится к числу обязательных учебных дисциплин базовой части образовательной программы бакалавриата.

Дисциплина взаимосвязана логически и содержательно-методически со следующими дисциплинами и практиками ОП: Введение в профессию, Основы теории журналистики, Система СМИ; Основы журналистской деятельности; Профессионально-творческая практика; Преддипломная практика.

3. Структура и содержание дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет _2_ зачетные единицы (72 ч).

3.1 Виды учебной работы и трудоемкость
(по формам обучения)

3.1.1. Очная форма обучения

№ п/п	Вид учебной работы	Количество часов	2 семестр
1	**Аудиторные занятия**	**54**	**54**
	В том числе:		
1.1	Лекции	18	18
1.2	Семинарские/практические занятия	36	36
1.3	Лабораторные занятия	-	-
2	**Самостоятельная работа**	**18**	**18**
	В том числе:		
21	Чтение и анализ текстов, подготовка докладов, сообщений	9	9
	Выполнение практических работ	9	9
3	**Промежуточная аттестация**		
	Зачет	-	-
	Итого	**72**	**72**

3.1.2. Заочная форма обучения

№ п/п	Вид учебной работы	Количество часов	4 семестр
1	**Аудиторные занятия**	**12**	**12**
	В том числе:		
11	Лекции	8	8
12	Семинарские/практические занятия	4	4
13	Лабораторные занятия	-	-
2	**Самостоятельная работа**	**60**	60
	В том числе:		
21	Чтение и анализ текстов, подготовка докладов, сообщений	60	60
3	**Промежуточная аттестация**		
	Зачет	-	-
	Итого	**72**	**72**

3.2 Тематический план изучения дисциплины
(по формам обучения)

3.2.1. Очная форма обучения

№№		Трудоемкость

п/п	Разделы/темы дисциплины	Всего	Аудиторная работа				Самостоятельная работа
			лекции	Семинар. занятия	Лабор. занятия	Практ подготовка	
1	Возникновение коммуникаций в обществе	8	2	4	-	-	2
2	Функции и роли коммуникации Виды коммуникации	8	2	4	-	-	2
3	Коммуникатор	8	2	4	-	-	2
4	Средства коммуникации	8	2	4	-	-	2
5	Стадии коммуникации Эффекты коммуникации и эффективность коммуникативной деятельности Контекст коммуникации	8	2	4	-	-	2
6	Производство и потребление информации	8	2	4	-	-	2
7	Массовая коммуникация как бизнес	8	2	4	-	-	2
8	Системный характер взаимодействия	8	2	4	-	-	2
9	Методы исследования коммуникации	8	2	4	-	-	2
	Зачет						-
	Итого	**72**	**18**	**36**	**-**	**-**	**18**

3.2.2. Заочная форма обучения

№№ п/п	Разделы/темы дисциплины	Трудоемкость					
		Всего	Аудиторная работа				Самостоятельная работа
			лекции	Семинар. занятия	Лабор. занятия	Практ подготовка	
1	Возникновение коммуникаций в обществе	8	2	-	-	-	6

2	Функции и роли коммуникации Виды коммуникации	8	-	2	-	-	6
3	Коммуникатор	8	-	2	-	-	6
4	Средства коммуникации	10	2	-	-	-	8
5	Стадии коммуникации Эффекты коммуникации и эффективность коммуникативной деятельности Контекст коммуникации	8	2	-	-	-	6
6	Производство и потребление информации	10	2	-	-	-	8
7	Массовая коммуникация как бизнес	8	-	-	-	-	8
8	Системный характер взаимодействия	6	-	-	-	-	6
9	Методы исследования коммуникации	6	-	-	-	-	6
	Зачет						-
	Итого	**72**	**8**	**4**	**-**	**-**	**60**

3.3 Содержание дисциплины

Тема 1. Возникновение коммуникаций в обществе

Предмет теории коммуникации. Понятия «общение», «коммуникация». Место дисциплины в ряду других дисциплин, изучающих структуры и деятельность в рамках информационных процессов в обществе.

Особенности коммуникации в человеческом организме. Оперативная информация как условие выживания человеческого организма. Возникновение языка как революция в сфере коммуникации. Материализация речи. Язык как символическая система. Язык как код. Язык и процесс формирования национальных образований. Социальная коммуникация как средство обеспечить стабильность социума и задать социуму координаты развития.

Социальные потребности и возникновение новых каналов коммуникации.

Цели развития, обеспечиваемые традиционными видами коммуникации. Цели развития, обеспечиваемые специальными и массовыми коммуникациями. Влияние технологических и социальных революций Нового времени на социальную коммуникацию. Роль материального производства. Роль политических трансформаций. Типологизация общества по движению информационных потоков. Характеристика информационного общества.

Тема 2. Функции и роли коммуникации. Виды коммуникации

Функции коммуникации в исторической ретроспективе. Коммуникация и управление. Функции СМК в обществе. Функции и роли коммуникации в процессе трансляции культуры. Формы общественного сознания. Понятие «идеального» текста и его трансляции. Социокультурный цикл по А. Молю. Элитарная и массовая культура.

Виды коммуникации межличностная, специальная, массовая. Особенности, исторические разновидности. Межличностная коммуникация: сущность и функции. Трансляция слухов и сплетен как мерило внутригрупповых связей. Специальные коммуникации: коммуникация в сфере политики; в религиозных структурах; в корпоративной деятельности. Особенности рекламной коммуникации и связей с общественностью. Специальные коммуникации как сфера применения профессиональных умений по подготовке текстов речей. Формы коммуникации: традиционная, дистанционная. Основные звенья коммуникации: коммуникатор, средство коммуникации, сообщение, получатель сообщения. Понятие социального и коммуникативного контекста.

Тема 3. Коммуникатор

Характеристики коммуникатора как факторы эффективности СМК. Эмпирические свидетельства важности для отношения индивида к тексту доверия к коммуникатору, престижа коммуникатора. Личностные и институциональные характеристики коммуникатора как факторы (барьеры) эффективной коммуникации. Необходимость для коммуникатора знать аудиторию. Институциональные характеристики коммуникатора. Модели организации коммуникации в национальных границах. Информационная инфраструктура современности.

Новые модификации коммуникатора в Интернет-сети. Роль блоггеров в современной коммуникационной среде.

Тема 4. Средства коммуникации.

Невербальная коммуникация как исторически более древний способ общения. Функции невербальных средств коммуникации. Информативные возможности лица, жеста, изображения, пространственных форм, музыки, шумов, ритма, световой сигнализации. Вербальная коммуникация. Коммуникативные функции языка. Высказывание и дискурс как единицы вербальной коммуникации. Типы дискурсов. Технические средства коммуникации: пресса, радио, телевидение. Интернет. Модели коммуникации. Проблема цифровизации – вызов начала XXI в. Пропускная способность каналов связи. Концепция *публичных арен* Хилгартнера С. и Боска Ч. Сочетания средств коммуникации в потреблении индивида и в профессиональных информационных технологиях (интегрированные маркетинговые коммуникации). Особенности передачи информации в массовой коммуникации: сосуществование разных каналов как реализация возможностей индивида для выбора. Специфика коммуникации в различных видах искусства.

Сообщение как средство коммуникации.

Понятие о семиотике. Знак как средство передачи информации различного рода: компоненты значения знака. Знак как вероятность отклика. Синтактика, семантика, прагматика как основные отношения знаков. Семиотические особенности различных коммуникативных систем. Изображение и слово. Слово произнесенное и услышанное. Теория информации К.Шеннона. Понятие шума. Содержание коммуникации как лингвистическая реальность. Понятие жанра сообщения как исторического синтеза формы и содержания. Дизайн как синтез формы и содержания. Понятие формата. Информационные составляющие сообщения: оперативная, фундаментальная и структурная информация.

Сообщение в дихотомии новое - известное; банальное – оригинальное, вероятное – непредвиденное; логическое – эмоциональное. Эстетическая информация по А.Молю. Понятие избыточности сообщения. Понятие качественной прессы. Влияние на сообщение средства его трансляции.

Содержание коммуникации как социальная реальность. Понятие ценности общения для акторов коммуникации Сообщение как вероятность характеристик коммуникатора и

получателя сообщения. Развитие индустрии информации как предпосылка появления социологического метода анализа содержания. Преимущества и границы использования метода анализа содержания коммуникации. Инструментарий метода анализа содержания. Содержание коммуникации как культурологическая реальность. Визуальная культура социального окружения.

Получатель сообщения. Факторы интереса личности к информации. Коммуникация как арена социализации личности. Социально-психологические механизмы потребления информации. Индивидуальное и социальное в общении. Анонимность получателя информации для коммуникатора в массовой коммуникации. Свобода выбора для индивида в массовой коммуникации как показатель социополитической структуры общества. Наличие финансовой возможности, свободного времени и интереса как факторы участия индивида в массовой коммуникации. Понятие тезауруса. Социометрические параметры индивида. Понятие лидера коммуникации (мнения). Интересы аудитории как основа массовой прессы.

Тема 5. Стадии коммуникации. Эффекты коммуникации и эффективность коммуникативной деятельности. Контекст коммуникации

Кодировка и декодировка сообщения: полюса напряжения. «Отделка», «упаковка» сообщений. Процесс осуществления функций коммуникации: докоммуникативная, коммуникативная и посткоммуникативная стадии. Докоммуникативная стадия: влияние багажа наследственности индивида; событий его собственной истории, делающих его личностью; прошлого коммуникативного опыта; окружающей социальной среды, в т. ч. культурных составляющих среды; механизма стереотипизации; информационной инфраструктуры образования и др. Коммуникативная стадия: влияние способов организации информации, психологических характеристик реципиента. Параметры существования сообщения в коммуникативном пространстве: место, время, последовательность, периодичность. Посткоммуникативная стадия: влияние интереса, социодемографических и психологических характеристик реципиента. Подкрепление существующих позиций, малая конверсия, сущностная конверсия как возможности посткоммуникативной стадии.

Эффекты коммуникации и эффективность коммуникативной деятельности. Цикл «восприятие сообщения – реакция». Стадии процесса получения информации: восприятия/внимание, интерес, мотив, оценка, интериоризация, осознание, запоминание/память. Влияние сообщения на потребителя: стадии потребления. Конвенциональный характер выделения стадий. Изменения, производимые сообщением: информация/характеристика, инструкция/предписание, мотивация/оценка. Проблемы эффективности массовой коммуникации. Коммуникация – акт и процесс. Кумулятивный эффект. Способы измерения эффективности. Лабораторные исследования и массовые опросы. Место коммуникации в механизме формирования индивидуального мнения/поведения. Понятие эффективности и эффектов коммуникации. Барьеры и пути их преодоления: социальные, психологические, когнитивные, физические, языковые. Факторы эффективной коммуникации как зеркальное отражение барьеров. Влияние составных частей коммуникативной цепи на эффективность коммуникации.

Контекст коммуникации. Уровень общающихся, уровень структуры производства информации, уровень социополитических и экономических характеристик социума. Координаты времени и пространства. Концепция «спирали умолчания» Э. Ноэль-Нойман.

Коммуникация в кризисных и конфликтных ситуациях. Коммуникация в кризисных и конфликтных ситуациях как часть профессиональной деятельности структур по связям с общественностью.

Тема 6. Производство и потребление информации

Производство информации как профессиональная деятельность: журналистика, рекламная деятельность, связи с общественностью, формы «публичной» коммуникации. Коммуникация как реализация социальных интересов участников. Массовая коммуникация как реализация интересов социальных субъектов: государства, политических сил, бизнеса,

общественного мнения, аудитории, личности. Потребление – роль потребностей, аттитьюдов/установок, паттернов культуры. Потребление информации как активный творческий процесс с правом личности на выбор. Влияние на выбор социальной реальности, моделей организации массовой коммуникации. Теория когнитивного диссонанса Л. Фестингера.

Тема 7. Массовая коммуникация как бизнес

Из истории становления и развития интернета. Технологические принципы функционирования интернет-вещания. Виды интернет-вещания. Конвергенция в СМИ. Аудитория интернет-вещательных ресурсов

Тема 8. Системный характер взаимодействия

Взаимодействующие акторы как целеустремленные системы. Убеждение и внушение как способы коммуникативного воздействия на аудиторию. Исторические формы убеждения в публичной коммуникации. Схема убеждения в парадигме «усиления (интенсификации, повтора, композиционных сдвигов) – опускания (пропусков, отвлечения внимания, путаницы и т.д.)». Информирование, создание оценочной, эмоциональной структуры, создание поведенческой структуры – цель коммуникатора. Этика воздействия.

Пропаганда; функция формирования СМК «повестки дня». Понятия манипуляции, демагогии, популизма. Особенности рекламной коммуникации.

Обратная связь как сущностная характеристика коммуникации. Особенности обратной связи в массовой коммуникации. Исторические формы обратной связи в газетах, на радио и телевидении.

Проблема межкультурной коммуникации. Социально-психологические особенности поведения в различных культурах. Международные информационные потоки и проблема глобализации. Экономическое и информационное взаимодействие в мире. Проблема бренда в международном информационном пространстве. Роль бренда в экономическом, политическом, социальном продвижении региона, страны. Соотношение понятий имиджа и бренда. Глобализация и глокализация – диалектический процесс центробежного и центростремительного взаимодействия.

Основные виды взаимосвязи между участниками коммуникации: кооперация/сотрудничество, конкуренция/соревнование, конфликт (устранение конфликта, разрешение, решение конфликта). Диалектическая связь конфликта и коммуникации. Переговоры как разрешение конфликта с помощью общения. «Деловые переговоры» как специфическая коммуникация в профессиональной сфере.

Тема 9. Методы исследования коммуникации

Общенаучные принципы изучения социальной коммуникации: исторический, функциональный, системный и др. Частнонаучные методы исследования: филологический, статистический, социологический, культурологический. Социологические методы: наблюдение, опрос, лабораторные исследования, электронные способы. Монографический способ и мониторинг. Результаты исследований и проблемы управления. Результаты исследований и место решения проблем в социополитическом пространстве. Роль науки, культуры и гражданского общества в решении проблем

3.4 Тематика семинарских/практических и лабораторных занятий

3.4.1. Семинарские/практические занятия (для очной формы обучения)

Семинар 1. Возникновение коммуникаций в обществе
Семинар 2. Социальные потребности и возникновение новых каналов коммуникации
Семинар 3. Функции и роли коммуникации
Семинар 4. Виды коммуникации межличностная, специальная, массовая.
Семинар 5. Виды коммуникации

Семинар 6. Коммуникатор
Семинар 7. Сообщение как средство коммуникации
Семинар 8. Содержание коммуникации как социальная реальность
Семинар 9. Средства коммуникации
Семинар 10. Стадии коммуникации.
Семинар 11. Эффекты коммуникации и эффективность коммуникативной деятельности
Семинар 12. Эффекты коммуникации и эффективность коммуникативной деятельности.
Семинар 13. Контекст коммуникации
Семинар 14. Производство и потребление информации
Семинар 15. Массовая коммуникация как бизнес
Семинар 16. Системный характер взаимодействия
Семинар 17. Основные виды взаимосвязи между участниками коммуникации
Семинар 18. Методы исследования коммуникации

3.4.2. Семинарские/практические занятия (для заочной формы обучения)

Семинар 1. Функции и роли коммуникации
Семинар 2. Коммуникатор

3.5 Тематика курсовых проектов (курсовых работ)

Не предусмотрены

4. Учебно-методическое и информационное обеспечение

4.1 Нормативные документы и ГОСТы

1. Закон РФ от 27.12.1991 N 2124-1 (ред. от 29.12.2022) «О средствах массовой информации». 27 декабря 1991 года N 2124-1 // https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_1511/ [Режим доступа - свободный]
2. Федеральный закон "Об обеспечении доступа к информации о деятельности государственных органов и органов местного самоуправления" от 09.02.2009 N 8-ФЗ (последняя редакция) https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_84602/
3. Федеральный закон от 12 мая 2009 г. N 95-ФЗ "О гарантиях равенства парламентских партий при освещении их деятельности государственными общедоступными телеканалами и радиоканалами" (с изменениями и дополнениями) https://base.garant.ru/195519/
4. Федеральный закон от 13 января 1995 г. N 7-ФЗ "О порядке освещения деятельности органов государственной власти в государственных средствах массовой информации" (с изменениями и дополнениями) https://base.garant.ru/103529/
5. Федеральный закон "О рекламе" от 13.03.2006 N 38-ФЗ (последняя редакция) https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_58968/
6. Федеральный конституционный закон от 30.05.2001 N 3-ФКЗ (ред. от 29.05.2023) "О чрезвычайном положении" https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_31866/
7. Закон РФ "О государственной тайне" от 21.07.1993 N 5485-1 (последняя редакция) https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_2481/
8. Кодекс профессиональной этики российского журналиста Союза журналистов России h6tks03ph7x0vjijxp13onma1wpcd0ty.pdf

4.2 Основная литература

Гавра, Д. П. Основы теории коммуникации : учебник для вузов / Д. П. Гавра. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 231 с. — (Высшее

образование). — ISBN 978-5-534-06317-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/511672 (дата обращения: 18.06.2023).

Основы теории коммуникации : учебник и практикум для вузов / Т. Д. Венедиктова [и др.] ; под редакцией Т. Д. Венедиктовой, Д. Б. Гудкова. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 193 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00242-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/511855 (дата обращения: 18.06.2023)

4.3 Дополнительная литература

Ахмадулин, Е. В. Основы теории журналистики : учебник и практикум для вузов / Е. В. Ахмадулин. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 286 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15560-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/512581 (дата обращения: 18.06.2023)

Чевозерова, Г. В. Основы теории журналистики : учебник и практикум для вузов / Г. В. Чевозерова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 329 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-09763-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/517229 (дата обращения: 18.06.2023).

4.4 Электронные образовательные ресурсы

Электронный образовательный ресурс «Основы теории коммуникации» - https://lms.mospolytech.ru/course/view.php?id=3718

4.5 Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение

Не требуется

4.6. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

1. Российская государственная библиотека. http://www.rsl.ru/
2. Российская национальная библиотека http://www.nlr.ru/

5. Материально-техническое обеспечение

Аудитории для лекционных и семинарских занятий из общего фонда. Необходима интерактивная доска/ноутбук, проектор для демонстрации презентаций.

Университет обеспечивает инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья специальными материально-техническими средствами обучения (включая специальное программное обеспечение) и электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья, при наличии их заявлений о необходимости предоставления специализированных электронных образовательных ресурсов.

6. Методические рекомендации

6.1 Методические рекомендации для преподавателя по организации обучения

Лекционный курс строится на тесной взаимосвязи научных представлений с современной практикой СМИ. При проведении семинарских занятий прорабатывается

предлагаемая по курсу литература, анализируется практика конкретных СМИ. Студенты учатся применять усвоенные теоретические постулаты к работе журналиста, в их свете проводится анализ газетных и журнальных публикаций, ведутся дискуссии, готовятся рефераты по основным темам курса.

Темы семинаров построены в соответствии с лекционным материалом, они расширяют и закрепляют знания студентов. Рекомендуется на семинарах прослушивать доклады проблемного характера. Желательно, чтобы студент хорошо ориентировался в тексте доклада, материал доклада должен являться лишь опорой, не допустимо чтение доклада.

Поощряется также подготовка студентами электронных презентаций, критерии подготовки должны бать поняты студентами и излагаются на первом семинарском занятии. Презентации сдаются в электронном виде преподавателю и в дальнейшем могут использоваться при проведении последующих семинаров.

Список литературы рекомендуется регулярно обновлять и расширять. У студентов желательно проверять конспекты и делать отметки о проверке.

6.2 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Самостоятельная внеаудиторная работа студента направлена на выработку способности к самостоятельной работе по поиску, анализу информации по теме, систематизации материала. Предполагается подготовка реферата, презентации в мультимедийном формате по теме курса. Обязательно знакомство с современными печатными и электронными СМИ.

В процессе подготовки доклада, реферата и т.п. желательно ознакомиться с широким спектром источников по теме. Важно, чтобы студент хорошо ориентировался в тексте доклада, материал доклада должен являться лишь опорой, не допустимо чтение доклада. Текст рекомендуется сдавать преподавателю для того, чтобы можно было более детально проанализировать и оценить доклад. Доклад должен сопровождаться вопросами и последующей дискуссией, которой управляет докладчик, желательно, чтобы преподаватель лишь только помогал при необходимости.

При подготовке презентации важно раскрыть тему презентации. Оценивается умение студента логично выстроить текст и грамотно проиллюстрировать его. Презентация должна содержать не менее 15 слайдов. В каждом слайде должен быть текст и иллюстрация. Слайды должны быть прокомментированы. Студент должен ответить на вопросы, возникающие в процессе презентации. Презентации сдаются в электронном виде преподавателю и в дальнейшем могут использоваться при проведении последующих семинаров.

7. Фонд оценочных средств

7.1 Методы контроля и оценивания результатов обучения

В процессе обучения используются следующие оценочные формы самостоятельной работы студентов, оценочные средства текущего контроля успеваемости и промежуточных аттестаций: подготовка, представление и обсуждение докладов на семинарских занятиях.

Форма промежуточной аттестации: зачет.

Оценочные средства текущего контроля успеваемости включают тематику сообщений для подготовки к семинарским занятиям, сценарий деловой игры и кейсы, примерные проблемные задания, контрольные вопросы для проведения зачета.

Промежуточная аттестация обучающихся в форме зачета проводится по результатам выполнения всех видов учебной работы, предусмотренных учебным планом по данной дисциплине, при этом учитываются результаты текущего контроля успеваемости в течение семестра. Оценка степени достижения обучающимися планируемых результатов обучения по

дисциплине (модулю) проводится преподавателем, ведущим занятия по дисциплине методом экспертной оценки. По итогам промежуточной аттестации по дисциплине выставляется отметка «зачтено» или «не зачтено».

7.2 Шкала и критерии оценивания результатов обучения

По результатам работы, включая итоговое собеседование по всем темам курса, студенту выставляется оценка по «зачтено» / «не зачтено».

При выставлении оценки «зачтено» учитываются результаты выполнения заданий, активность студентов на занятиях. На зачете студент должен продемонстрировать знания теоретического характера, умение ответить на поставленные вопросы, методику работы с научным материалом по данной учебной дисциплине, работу с книгой, справочной литературой, способность работать с другими источниками информации и применять на практике приемы анализа информации, высокий уровень владения языковой, речевой и социокультурной компетенциями.

Оценка **«зачтено»** выставляется студенту, который демонстрирует полное понимание взаимосвязи коммуникации как вида деятельности с параметрами экономического, политического, социального пространства; основных асоциальных эффектов социальной коммуникации, способов снятия конфликтов.

Студент свободно оперирует приобретенными знаниями, демонстрирует полное соответствие следующих умений; исполняет коммуникативную роль в соответствующей коммуникативной ситуации; использует те коммуникативные стратегии и тактики, которые содействуют успешной коммуникации; распознает причины возникновения барьеров и вносить коррективы в процесс коммуникации; базирует свой ответ на полученных общетеоретических знаниях концептуального характера в профессиональной деятельности.

Свободно оперирует приобретенными умениями, применяет их в ситуациях повышенной сложности.

Обучающийся в полном объеме владеет способностью анализа практической деятельности в сфере журналистики, рекламы и связей с общественностью с точки зрения эффективной коммуникации; способностью гармоничного общения в студенческой и будущей профессиональной среде с учетом наработанных теорией способов достижения эффективной коммуникации.

Свободно применяет полученные умения в ситуациях повышенной сложности.

Студент демонстрирует соответствие знаний, умений, приведенным в таблицах показателей, оперирует приобретенными знаниями, умениями, применяет их в ситуациях повышенной сложности. При этом могут быть допущены незначительные ошибки, неточности, затруднения при аналитических операциях, переносе знаний и умений на новые, нестандартные ситуации.

Оценка **«не зачтено»** выставляется студенту, который демонстрирует полное отсутствие понимание взаимосвязи коммуникации как вида деятельности с параметрами экономического, политического, социального пространства; не знает основных асоциальных эффектов социальной коммуникации, способов снятия конфликтов. Обучающийся не умеет или в недостаточной степени умеет - применять полученные знания при выявлении и объяснении фактов и процессов коммуникации; учитывать знания об особенностях коммуникации в индивидуальной практике, в том числе речевой.

Обучающийся не владеет или в недостаточной степени владеет способностью анализа практической деятельности в сфере журналистики, рекламы и связей с общественностью с точки зрения эффективной коммуникации; способностью гармоничного общения в студенческой и будущей профессиональной среде с учетом наработанных теорией способов достижения эффективной коммуникации.

Обучающийся не умеет или в недостаточной степени умеет - применять полученные знания при выявлении и объяснении фактов и процессов коммуникации; учитывать знания об особенностях коммуникации в индивидуальной практике, в том числе речевой; практически осуществлять все этапы коммуникативного процесса.

Не выполнен один или более видов учебной работы, предусмотренных учебным планом. Студент демонстрирует неполное соответствие знаний, умений, приведенным в таблицах показателей, допускаются значительные ошибки, проявляется отсутствие знаний, умений по ряду показателей, студент испытывает значительные затруднения при оперировании знаниями и умениями при их переносе на новые ситуации.

7.3 Оценочные средства

7.3.1. Текущий контроль

Ролевая игра «эффективная коммуникация»

Цель игры — выявить преграды на пути эффективной коммуникации, определить значение обратной связи в процессе коммуникации.

Задачи игры:

- Правильно передать информацию, интерпретировать ее.
- Проанализировать, что мешает на пути эффективной передачи информации.
- Составить список коммуникативных шумов.

Концепция игры:

Разделитесь на группы по три человека, распределите роли «Отправителя», «Получателя» и «Полицейского» между собой. Расположитесь в аудитории так, чтобы не мешать другим группам общаться, причем «Отправитель» и «Получатель» информации должны находиться друг к другу спиной, соблюдая правило отсутствия визуального контакта. Задача «Отправителя» - правильно передать информацию об объекте, задача «Получателя» - отобразить полученную информацию на бумаге, задача «Полицейского» - внимательно и строго следить за регламентом, наблюдать за процессом, подмечая ошибки в коммуникации, при этом не вмешиваясь в процесс общения.

Игра состоит из последовательности выполнения трех шагов, на выполнение каждого шага дается 3 минуты.

1 шаг — При передаче информации право говорить имеет только «Отправитель» информации, «Получатель» должен хранить молчание.

2 шаг - В этом случае «Получатель» имеет право говорить только «Да» и «Нет».

3 шаг - «Получатель» и «Отправитель» могут свободно общаться.

После выполнения заданий вывешиваются рисунки каждой из команд. Поочередно выступают «Отправители», «Получатели» и «Полицейские» всех групп, высказывая свои впечатления о ходе игры и анализируя допущенные ошибки.

Результаты игры. Проанализировав ход игры, дополните список преград, мешающих эффективно общаться. Обсудите список с аудиторией.

Методические рекомендации по подготовке и проведению.

Процедура ролевой игры подразумевает два этапа: организация игры (куда входит и собственно игра) и групповое обсуждение. Участников игры знакомят с ситуацией, распределяют роли, организуют пространство для игры и проводят игру. После проводится групповая рефлексия. Успех ролевой игры зависит от того, насколько четко будет дана инструкция. Используется следующий порядок инструктирования: ведущий предлагает группе провести ролевую игру, называет ее (обозначает сюжет), перечисляет роли и предлагает их выбранным участникам группы, излагает сюжет игры, формулирует задачу. Во время игры ведущий внимательно следит за ее ходом; в зависимости от ситуации и цели

ролевой игры он либо комментирует действия участников, активизирует их деятельность, либо выступает в качестве стороннего наблюдателя.

Выбирая игру для конкретного занятия, нужно выяснить, что оно будет значить для участников коммуникации и оправдает ли затраченное время. Можно сначала провести игру, а затем обсудить ее ход либо дать обоснование игры до ее проведения. В любом случае участники должны иметь возможность обменяться мнениями, поделиться своими реакциями и чувствами, осознать значение группового опыта для развития коммуникативных навыков и личностного роста. Рекомендуется также придерживаться принципа добровольного участия, предоставляя каждому участнику возможность «выйти» из игры. Сначала следует прочитать игру игры и определить, что требуется от каждого участника, нужны ли специальные материалы или особая обстановка.

Кейс-задачи

1. Обратитесь к сайту www.uznaiprezidenta.ru. Выясните, как полностью называется сайт, какова его целевая аудитория. По какому признаку можно классифицировать этот тип коммуникации? В чем состоит задача сайта – разъяснение аудитории ее прав и обязанностей или пропаганда личности президента? Назовите разделы и подразделы сайта. Какие версии сайта представлены и чем они отличаются? С какой целью на сайте использованы передовые технологии (например, флэш-анимация)?
2. Среди основных причин, создающих барьер при коммуникации, называют:
– неточность высказывания;
– неуместное использование профессиональных терминов;
– несовершенство перекодирования мыслей в слова;
– чрезмерное использование иностранных слов;
– неверное истолкование намерений собеседника;
– неполное информирование партнера;
– быстрый темп изложения информации;
– неполная концентрация внимания;
– витиеватость мысли;
– неадекватные интонации, мимика и жесты, не совпадающие со словами;
– наличие смысловых разрывов и скачков мысли.

С какими из этих факторов сталкиваетесь вы, выступая в роли получателя или отправителя сообщения? Поясните свой ответ, используя конкретные примеры из вашей речевой практики.
3. Психологами доказано, что разговор на повышенных тонах блокирует понимание, потому что внимание адресата, на которого направлен поток возмущенных слов, концентрируется не на смысле объяснения, а на отношении говорящего к партнеру. Отвлекают от содержания речи говорящего практически все неречевые проявления голоса (=шум): хихиканье, хныканье, шепот, крик, зевота. Докажите правоту этой точки зрения или опровергните ее.
4. Прослушайте и запишите одну из теле– / радиопередач, идущих в прямом эфире. Проанализируйте, какие факторы явились помехой в коммуникации журналиста и аудитории, как осуществлялась обратная связь.
5. При подготовке информации к радиопрограммам предъявляются определенные требования. Радиопередачи строго делятся на три части: вступление (не более 35 секунд и не более 4 сообщений), основная часть (7–8 минут и не более 10 сообщений). Прослушайте 2–3 радиопередачи и проверьте, соответствует ли подготовленная информация изложенным требованиям.
6. Проанализируйте одно рекламное сообщение, обращая внимание на такие параметры, как новизна, доступность, оригинальность, избыточность информации. Какие вербальные и невербальные средства использованы для воздействия на потенциального клиента?

7. Эффективность речи, по мнению Ю.В. Рождественского, обеспечивается такими свойствами, как новизна информации, уместность информации и правильность речи. Согласны ли вы с этим тезисом? Приведите доводы в пользу своих доказательств.
8. Проанализируйте следующие пословицы, поговорки и фразеологизмы и определите, какие из них:
– отражают действенность слова на судьбу человека;
– отражают отрицательную оценку пустой болтовни;
– отражают необратимость речевой коммуникации;
– обращают внимание на технику речи;
– отдают предпочтение конфликтному или кооперативному общению.
Мал язык, да всем телом владеет.
Язык до Киева доведет.
От приветливых слов язык не отсохнет.
Сколько ни говорить, с разговору сытым не быть.
Бабий язык – чертово помело.
Держи язык за зубами.
Слово не воробей: вылетит – не поймаешь.
Сначала подумай, потом говори.
Молчание – золото.
Язык мой – враг мой.
Пищит, как цыпленок.
Каркает, как ворона.
Пташкой щебечет.
Как кошка с собакой.
Языком, что помелом.
Сядем рядком, поговорим ладком.
Доброе слово и кошке приятно.
Задать жару, снять стружку, дать прикурить, задать перцу, намылить шею, накрутить хвост, разделать под орех, задать трепку.
Переливать из пустого в порожнее, толочь воду в ступе, разводить тары-бары, разводить антимонии.
Из песни слов не выкинешь.
8. Продолжите приведенный выше ряд пословиц, поговорок и фразеологизмов, распределив их по предложенным группам.
9. Почему, на ваш взгляд, до сих пор не разгадана тайна Фестского диска?
10. Ритуалы играют большую роль в межличностном взаимодействии как способ обозначения границ взаимодействия, как форма поддержки или взаимного приятия, а также как форма защитного поведения. Приведите примеры, показывающие различия между религиозным и межличностным ритуалом.
11. Покажите на конкретных примерах, что пространство играет большую роль в межличностном взаимодействии.
12. Представьте свои наблюдения о том, каким образом происходит соблюдение и выполнение социально установленных норм в рамках ритуальной коммуникации в пространстве университета.
13. Сформулируйте перечисленные ниже темы таким образом, чтобы они побуждали собеседников к их проблемному обсуждению:
– введение всеобщего платного обучения в вузе;
– работа городского транспорта;
– повышение платы за проезд;
– работа медицинских учреждений.

14. В коммуникативном пространстве современного университета очевидно взаимодействие представителей разных социальных групп (преподаватели, студенты, сотрудники, обслуживающий персонал и др.). Покажите, каким образом осуществляются коммуникация по вертикали и по горизонтали в вашем учебном заведении. В чем вы видите причину устойчивой дистанции в общении между студентами и преподавателями? Связано ли это с информационным или социальным разрывом?
15. Одной из форм деловой коммуникации является разговор по телефону, который имеет свою структуру:
– взаимные представления (20–25 секунд);
– введение собеседника в курс дела (40–45 секунд);
– обсуждение ситуации (100–115 секунд);
– заключительное слово.

Проведите телефонный разговор с секретарем фирмы, где бы вы хотели пройти практику. Каково оптимальное время для звонка? Постройте разговор в соответствии с представленной структурой. Закончите разговор на положительной оптимистичной ноте.
16. В каких телепередачах мы видим дебаты? Какие моменты дебатов чаще всего представлены на экранах? Всегда ли удачно проходят дебаты? приведите наглядные примеры.

Примеры проблемных заданий

1. Вы – журналист муниципальной газеты. Вам дано задание написать проблемную статью по проблеме реновации жилого фонда. Чиновник муниципалитета категорически отказывается от общения с представителем прессы. Ваши действия?
2. Вы - тележурналист. Сегодня вечером вы должны представить в программу «Смотрите, кто пришел!» объективную информацию о человеке, сидящем перед вами. Времени у вас мало. Возьмите у него интервью, а потом представьте группе. На интервью — 3 минуты, на представление — 2 минуты.
3. Используйте известные вам речевые формулы делового разговора, чтобы решить следующие задачи:

Показать заинтересованность в словах собеседника.
Попросить дополнительных разъяснений.
Сделать вывод, предложить вариант резюме.
Дать оценку ситуации.
Отказать партнеру в поддержке.
Перенести решение вопроса на более поздний срок.
Выразить несогласие с позицией партнера.
Одобрить позицию собеседника.
Признаться в своей некомпетентности.
Вежливо отклонить спорное предложение.

4. Вы – журналист, берете интервью у директора крупной консалтинговой фирмы. Интервью все время прерывается по вине вашего собеседника: звонит телефон - он долго разговаривает, заходят без предупреждения его коллеги - он уделяет им максимум внимания. Какова ваша реакция?

- Вы добиваетесь договоренности, не обращая внимания на помехи
- Вы показываете поведением свое недовольство
- Вы говорите партнеру, что не можете сосредоточиться.

7.3.2. Промежуточная аттестация

Примерные вопросы к зачету

1. Коммуникация как объект исследования. Законы и категории теории коммуникации.
2. Соотношение понятий *коммуникация* и *общение*.
3. Методы теории коммуникации.
4. Современные коммуникации.
5. Теоретические и практические модели коммуникации.
6. Процесс коммуникации и его составляющие.
7. Процесс кодирования и декодирования информации.
8. Коммуникативные барьеры.
9. Виды и формы коммуникации. Типы коммуникации и их признаки.
10. Различия между сообщением, данными и информацией.
11. Свойства информации.
12. Кибернетическое понимание информации. Цепочка связи по К.Э. Шеннону. Сигналы – носители информации.
13. Информация как философская категория.
14. Специфика оперативной информации.
15. Коммуникация как процесс.
16. Понятие доступности информации.
17. Влияние избыточности информации на доступность восприятия.
18. Факторы эффективности массовой коммуникации.
19. Факторы эффективности межличностной коммуникации.
20. Семиотика языка. Семиотическое членение: синтактика, семантика, прагматика.
21. Речевое общение как способ коммуникации. Устная и письменная формы речевой коммуникации.
22. Невербальная коммуникация. Физиологические и культурно-специфические основы невербальной коммуникации.
23. Прагматический подход к коммуникации. Теория речевых актов.
24. Классификация речевых актов по Дж. Сёрлю.
25. Правила инициации речевого акта.
26. Принцип кооперации Г.П. Грайса.
27. Принцип вежливости Дж. Лича.
28. Межличностное взаимодействие и его структура: контексты, пространство, механизмы взаимодействия.
29. Проблемы речевого воздействия.
30. Типология речевых стратегий.
31. Фактор группы в деловом взаимодействии. Проблема совместимости в группе.
32. Роль руководителя. Принадлежность к малой группе, лидер мнений. Убеждаемость и статус человека в группе.
33. Массовая коммуникация как вид межличностного общения. Средства передачи массовой информации.
34. Аудитория коммуникации (адресат): объективные и субъективные характеристики. Коммуникативная роль адресата.
35. Коммуникация как форма управления организацией.
36. иды коммуникаций в организациях.
37. Публичная коммуникация. Её формы и жанры.
38. Какие существуют основные теоретические направления. изучения коммуникации? Дайте их характеристику. Ответ проиллюстрируйте примерами из конкретной журналистской практики.
39. Чем отличаются рационалистический и иррационалистический подходы к изучению коммуникации? Ответ проиллюстрируйте примерами из конкретной журналистской практики.

40. Какие существуют линейные и нелинейные модели коммуникации? Ответ проиллюстрируйте примерами из конкретной журналистской практики.
41. В чем состоит суть коммуникативного процесса? Какие основные элементы представлены в этом процессе? Ответ проиллюстрируйте примерами из конкретной журналистской практики.
42. Какие требования предъявляются к отправителю и получателю сообщения? Ответ проиллюстрируйте примерами из конкретной журналистской практики.
43. Каким образом происходит кодирование и декодирование информации в процессе коммуникации? Приведите наглядные примеры из конкретной журналистской практики.
44. Каково значение обратной связи в процессе коммуникации? Ответ проиллюстрируйте примерами из конкретной журналистской практики.
45. По каким основаниям классифицируются коммуникативные барьеры? Ответ проиллюстрируйте примерами из конкретной журналистской практики.
46. Почему фонетический барьер (невнятная речь, скороговорка, плохая дикция) является препятствием "проходимости" информации? Почему нарушения в культуре речи, ошибки в ударении, в словах, в их окончаниях при восприятии речи публичного человека (депутат, политик, представитель власти) являются помехой в общении? Ответ проиллюстрируйте примерами из конкретной журналистской практики.
47. В чем состоит специфика контактного во времени и дистантного в пространстве общения по телефону? Приведите наглядные примеры из конкретной журналистской практики.
48. Почему к видам опосредованного общения относят письмо, передачу по радио, обращение через газету? Приведите примеры из конкретной журналистской практики.
49. Какие основные свойства информации вы можете назвать? Какие существуют подходы к обоснованию понятия «информация»? Выделите среди них наиболее состоятельные. Ответ проиллюстрируйте примерами из конкретной журналистской практики.
50. В чем заключается специфика оперативной информации? Ответ проиллюстрируйте примерами из конкретной журналистской практики.
51. Что представляет собой коммуникативный процесс? Ответ проиллюстрируйте примерами из конкретной журналистской практики.
52. Какое сообщение предполагает, что получатель должен вслушиваться, вдумываться? Приведите примеры, когда вы воспринимали информацию именно таким образом в музее, в учебной аудитории, в незнакомом для вас месте.
53. Каким образом доступность и оригинальность или банальность сообщений влияют на коммуникативный процесс? Ответ проиллюстрируйте примерами из конкретной журналистской практики.
54. Каковы критерии эффективности средств массовой коммуникации? Ответ проиллюстрируйте примерами из конкретной журналистской практики.
55. Какие факторы способствуют эффективности коммуникации? Ответ проиллюстрируйте примерами из конкретной журналистской практики.
56. Какие условия обеспечивают эффективность межличностной коммуникации? Ответ проиллюстрируйте примерами из конкретной журналистской практики.
57. Какие уровни взаимодействия выделяются в зависимости от целей, поставленных его участниками, и степени личной вовлеченности? Ответ проиллюстрируйте примерами из конкретной журналистской практики.
58. Чем отличаются понятия «межличностная коммуникация» и «межличностное воздействие»? Ответ проиллюстрируйте примерами из конкретной журналистской практики.
59. Раскройте сущность межличностной коммуникации и определите ее функции. Ответ проиллюстрируйте примерами из конкретной журналистской практики.

60. При каких условиях межличностная коммуникация может быть эффективной? Ответ проиллюстрируйте примерами из конкретной журналистской практики.