

АНОТАЦІЯ ЗМІСТУ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

«Прикладні соціально-комунікаційні технології» вибіркова дисципліна

Предметом вивчення навчальної дисципліни є комунікація як соціальний феномен; технології ефективного спілкування; комунікаційні ефекти, які виникають у процесі спілкування; лінгвістичні, структурні засади комунікаційної ефективності; методи і прийоми реклами та PR, що визначають ефективність журналістського матеріалу; аудиторія засобів масової інформації; національний інформаційний простір; умови та критерії ефективності й етичності журналіста в процесах формування громадської думки.

Мета та завдання навчальної дисципліни

Метою викладання навчальної дисципліни „Прикладні соціально-комунікаційні технології” подати формування системи знань про технології комунікації, їх ефективність. Вивчення курсу передбачає акцентування на умовах і критеріях ефективної комунікації, формування знань про ідеальну модель ефективного спілкування в умовах соціальних комунікацій.

Основними завданнями вивчення дисципліни є вивчення основ прикладних соціально-комунікаційних технологій, засвоєння наукового потенціалу галузі соціальних комунікацій.

Згідно з вимогами освітньо-професійної програми студенти повинні

знати:

- зміст поняття комунікація, соціальна комунікація;
- зміст поняття соціально-комунікативний ефект;
- умови й критерії ефективної соціальної комунікації;
- сутність методів і прийомів реклами та PR;
- технології створення комунікативних ефектів у соціальній комунікації.

вміти:

- кваліфікувати види соціальних комунікацій;
- реалізувати лінгвістичні норми комунікативної ефективності для різних типів комунікації;
- визначати характеристики аудиторії та адекватність твору цільовій аудиторії;

Міждисциплінарні зв'язки: базується на вивченні нормативних дисциплін: "Міжнародні економічні відносини", "Маркетинг".

Програма навчальної дисципліни

МОДУЛЬ 1

Змістовний модуль 1

Тема 1. Зміст поняття комунікація

Зміст поняття „комунікація”. Комунікативна діяльність та її складові. Типи комунікації. Функції комунікативних одиниць. Типологія комунікативних досліджень у сучасному науковому дискурсі.

Поняття комунікативного акту й комунікативного ефекту в масовій комунікації. Ефективність комунікації і її складові. Неефективна комунікація. Причини зниження ефективності комунікації. Ситуативні типи комунікаторів. Культура комунікації.

Тема 2. Зміст поняття комунікативний ефект

Комунікативний ефект як результат сприймання журналістського матеріалу. Комунікативні ефекти пов'язані зі зміною інформаційної компетенції. Комунікативні ефекти пов'язані зі зміною психологічного стану комуніката. Логічні комунікаційні ефекти. Комунікативний ефект з погляду процесуальних характеристик.

Комунікативні ефекти як реакція на повідомлення. Передбачувані й непередбачувані комунікативні ефекти. Проблема комунікативного очікування і стандарти журналістської діяльності. Комунікативні моделі реагування. Статичні й динамічні комунікативні ефекти та принципи їх формування. Комунікативний ефект і цілісність журналістського твору.

Етичні складові масовокомунікаційної діяльності. Типові ефекти актуального медійного простору та наслідки їх продукування. Типологія помилок автора й редакторського колективу при формуванні комунікативного ефекту. Проблема забезпечення комунікативної мети в багатовекторній та розмежованій у часі комунікаціях.

Тема 3. Умови та критерії ефективної комунікації

Комунікативна ситуація, способи її врахування та зміни при формуванні повідомлення. Закон аперцепції з погляду комунікативної ефективності. Критерії результативності комунікації. Способи оцінки комунікативного потенціалу ситуації спілкування.

Поняття інформаційного комфорту, методи його встановлення. Комунікативна дистанція як спосіб формування рамки комунікації. Оцінка результативності комунікації. Аналіз смислів та змістів комунікації щодо цілісного відображення дійсності. Граф як модель реальності. Функції ієрархічної системи фактів дійсності у творі з позиції ефективності комунікації.

Змістовний модуль 2

Тема 4. Сутність методів і прийомів реклами та PR

Функціональні комунікативні відмінності між рекламою та PR. Рекламна комунікація і її характеристика. Поняття віртуального світу. Проникнення аспектів рекламної комунікації у сферу публічного мовлення: ситуації, типи, образність і символічність, міфотворення. Ефективні прийоми реклами, оцінка їх комунікативного потенціалу: образ-вампір, ефект краю, введення еталону, типи еталонів, нарощування закономірності та її злам, відтяжка, наклеювання ярликів, „сяючі узагальнення”.

PR як сфера комунікативної діяльності. Жанри інформаційної діяльності в PR. Прийоми підвищення ефективності прес-релізу. Напрямки організаційної діяльності в PR. Поняття інформаційної акції. Прийоми інформаційних акцій: формування порядку денного, „свої хлопці”, просування через медіаторів, зв’язування, використання референтних груп, рефреймінг інформації. Поняття стратегії й тактики впливу: контекст технологій ефективної комунікації.

Тема 5. Технології створення комунікативних ефектів у соціальній комунікації

Мова як система засобів комунікації. Мовні засоби впливу й мовленнєві фігури. Інформаційний резонанс і позиції комунікаторів. Мова прайм. Мовні засоби інформаційного комфорту. Гумор та засоби його створення.

Мова викладання: українська.

Форма підсумкового контролю успішності навчання - залік.

Рекомендована література

- 1.Здоровега В.Й. Теорія і методика журналістської творчості: Підручник. – 2-ге вид., перероб. і допов. – Львів: ПАІС, 2004. – 268 с.
- 2.Іванов В.Ф. Соціологія масової комунікації: Навчальний посібник. – К.: Центр вільної преси, 1999. – 212 с.
- 3.Корнєєв В.М. Підходи до вивчення прихованого текстового впливу // Вісн. Київ. ун-ту. Журналістика. – 2001. – Вип. 9. – С. 75-79.
- 4.Масова комунікація: Підручник / А.З. Москаленко, Л.В. Губернський, В.Ф. Іванов, В.А. Вергун. – К.: Либідь, 1997. – 216 с.
- 5.Почепцов Г.Г. Коммуникационные технологии. – М.: Рефл-бук; К.: Ваклер, 2001. – 348 с.
- 6.Стратегія і тактика комунікацій із громадськістю для організацій третього сектора: Методичний посібник / За ред. В.Г. Королька. – К.:

Додаткова література

1. Корнєв М.Н., Коваленко А. Б. Соціальна психологія: Підручник. – К., 1995. – 304 с.
2. Москаленко А.З. Теорія журналістики: Підручник. – К.: Експрес-об'ява, 1998. – 334 с.
3. Почепцов Г.Г. Теория коммуникации. – М.: Рефл-бук; К.: Ваклер, 2003. – 652 с.
4. Різун В.В. Маси: Тексти лекцій. – К.: Видавничо-поліграфічний центр „Київський університет”, 2003. – 118 с.
5. Різун В.В., Непийвода Н.Ф., Корнєєв В.М. Лінгвістика впливу. – К.: Видавничо-поліграфічний центр „Київський університет”, 2005. – 148 с.
6. Різун В.В. Природа й структура комунікативного процесу // <http://journlib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1005>
7. Чекмишев О.В. Основи професійної комунікації. Теорія і практика новинної журналістики: Підручник-практикум. – К.: Видавничо-поліграфічний центр „Київський університет”, 2004. – 130 с.