

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара

Факультет систем і засобів масової комунікації
Кафедра реклами і зв'язків з громадськістю

«ЗАТВЕРДЖУЮ»
Проректор з науково-педагогічної роботи

(підпис)
_____._____.20__р.

НАВЧАЛЬНА ПРОГРАМА
ВИБІРКОВОЇ ДИСЦИПЛІНИ

КОМУНІКАТИВНИЙ ПРАКТИКУМ

Дніпро
2018

Предметом вивчення навчальної дисципліни є теоретичні засади та практичні аспекти комунікації як форми взаємодії між людьми. Комунікація як процес складається з трьох «неймовірних» складових: інформація, повідомлення та розуміння. У свою чергу інформація являє собою своєрідну нестійку одиницю, яка знаходиться поза постійною формою, її сенси різняться в залежності від контексту і парадигм, якими оперує людина. Робота з таким рухомих матеріалом досить складна та неоднозначна. Зусилля, спрямовані на поліпшення комунікації, сьогодні є дуже важливими як для медіаресурсів, так і для різноманітних переговорних процесів самих різних рівнів та масштабів. Подібний підхід до комунікації може знизити напруженість в суспільстві, а також зменшити місцеві та глобальні конфлікти. Комунікативні практики можуть бути використані для підвищення якості медіа та соціальних комунікацій в суспільстві, а також для кращого розуміння процесів проектування програмного забезпечення для роботи з великими масивами інформації.

Мета та завдання навчальної дисципліни

Метою викладання навчальної дисципліни «Комунікативний практикум» є формування у слухачів системи знань щодо історії та сучасного стану комунікативних практик. Практичні навички комунікаційних технологій є формування системи знань про технології комунікації, їх ефективність. Вивчення курсу передбачає акцентування на умовах і критеріях ефективною комунікації, формування знань про ідеальну модель ефективного спілкування в умовах соціальних та політичних комунікацій.

Основними завданнями вивчення дисципліни «Комунікативний практикум» - засвоєння студентами схожості і відмінності комунікативних практик. Розглянути головні моделі спілкування та основні практики поліпшення комунікації.

Згідно з вимогами освітньо-професійної програми студенти повинні:

знати:

сучасні тенденції розвитку комунікативних технологій

зміст поняття комунікація, політична комунікація;
зміст поняття комунікативний ефект;
умови й критерії ефективної комунікації;
сутність методів і прийомів реклами та PR;
технології створення комунікативних ефектів у комунікації;
як організувати переговори;
як створити комфортну обстановку для інтерв'ю та бесіди;
як підготувати питання для друкованого інтерв'ю, ТВ-інтерв'ю;
як створити комунікативне повідомлення коммеческого підприємства, політичної партії, екологічного руху;
як працювати з запереченнями;
як створювати позитивний образ комуніканта.

вміти:

кваліфікувати види комунікації;

реалізувати лінгвістичні норми комунікативної ефективності для різних типів комунікації;

визначати характеристики аудиторії та адекватність твору цільовій аудиторії;

аналізувати матеріали з позиції використання комунікаційних ефектів .

вільно вести бесіду;

формулювати і задавати актуальні питання;

працювати з запереченнями;

працювати з інформацією;

працювати з складними темами

Міждисциплінарні зв'язки: базується на вивченні нормативних дисциплін: "Техніка та технології галузі"

Програма навчальної дисципліни

МОДУЛЬ 1

МОДУЛЬ 1

Змістовий модуль 1 Теоретичні засади комунікативістики та практика впровадження

Тема 1 Теоретичні засади розвитку комунікативних процесів у суспільстві

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

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

Комунікація як процес в інформаційному суспільстві. Структура комунікативного процесу, моделі комунікації.

Модель Якобсона. Модель Шеннона-Вівера. Модель Нью-кома. Модель Лотмана. Модель Еко. Модель Барта. Модель знаку. Моделі масової комунікації. Лідери громадської думки. Пропагандистські моделі. Контр-пропагандистські моделі. Модель „спіралі мовчання”. Модель телевізійної комунікації. Прикладні моделі комунікації. Релігійна комунікація. Ділова комунікація. Психологія і психотерапія. Рекламна комунікація. Риторика. Теорія аргументації.

Тема 2 Комунікативний простір та його організація

Символічна організація. Візуальна організація. Організація подій. Міфологічна організація. Комунікативна організація. Методи аналізу масової комунікації. Аналіз змісту, пропаганди, чуток.

Тема 3 Комунікативні ефекти (

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.

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.

Змістовий модуль 2. Комунікативні технології в соціальній сфері та практика впровадження

Тема 7 Організація та планування ділових комунікацій (6 год.)

Створення промов і професія спічрайтера. Прес-секретар як професія. Спеціаліст з чуток. Рекламист. Майстерність комунікації. Зв'язки із засобами масової інформації. Ораторське мистецтво. Позамовні навички комунікації.

Тема 8 Особливості та механізми комунікативного впливу в умовах кризових ситуацій (6 год.)

Поняття "криза". Типи кризових явищ і ситуацій. Раптові, виникаючі і постійні кризи. Психологічні фактори негативного впливу на масову свідомість під час розгортання кризи. Комунікативні дії і умови кризи. Кризові PR-технології.

Підготовка план дій на випадок виникнення кризи. Особливості менеджменту кризової ситуації. Діяльність спін-доктора. Медіа-дискурс кризових PR. Логіка дій прес-секретаря під час кризових подій. Специфіка управління соціальними кризами.

Мова викладання: українська.

Форма підсумкового контролю успішності навчання - залік.

Рекомендована література

Базова:

1. Дубас О.П. Інформаційно-комунікаційний простір: поняття, сутність, структура// Сучасна українська політика. Політики і політологи про неї. – К.: Український центр політичного менеджменту, 2010. – Вип.19. – 482 с.
2. Зражевська Н.І. Комунікаційні технології. – Черкаси, 2010. – 224 с.
3. Коновець О. Масова комунікація: теорія, моделі, технології : навч. посіб. – К. : ЛГУ, 2007. – 266 с.
4. Стратегія і тактика комунікацій із громадськістю для організацій третього сектора: Методичний посібник / За ред. В. Г. Королька. – К.: 2003. – 216 с.
5. Политические коммуникации/ Под ред. А. И. Соловьева.—М.: Аспект Пресс, 2004. —332 с.
6. Почепцов Г. Г. Коммуникативные технологии XX века. – М.–К., 2001. – 352 с.
7. Почепцов Г. Г. Коммуникационные технологи. – М.: Рефл-бук; К.: Ваклер, 2001. – 348 с.
8. Почепцов Г. Г. Теория коммуникации. – М.: Рефл-бук; К.: Ваклер, 2003. – 652 с.

Додаткова:

1. Бішоп Дж. Ф. Люзія громадської думки: факт і артефакт в американських опитуваннях (Уривки з книги. Частина 2)/Дж. Ф. Бішоп.// Політичний менеджмент.-2007.-№ 5 (26).-С. 5-12.9
2. Бырсан Г. Ф. Эффективность информационного процесса взаимодействия массовой информации и аудиторы (к теории вопроса): Лекции. – Кишенев: КГУ, 1989. – 62 с.
3. Вацлавик П., Бивии Д., Джексон Д. Прагматика человеческих коммуникаций: Изучение паттернов, патологий и парадоксов взаимодействия/П.Вацлавик, Д.Бивии, Д. Джексон/ Пер. С англ. А.Суворовой.—М.: Апрель-Пресс, Изд-во ЭКСМО Пресс, 2000.—320 с.10.
4. Викентьев И. Л. Приемы рекламы и PublicRelations. Программы-консультанты: 400 приемов, 200 учебных задач, 20 практических приложений. – СПб.: Изд. дом «Бизнес-Пресса», 2004. – 380 с.
5. Дубас О.П. Сучасні наукові підходи до дослідження інформаційно-комунікаційного простору /О.П. Дубас // Вісник Харківського національного університету ім.В.Н.Каразіна / Харківський національний університет ім. В.Н. Каразіна. – Харків : Видавництво ХНУ ім. В.Н. Каразіна, 1964. - №12: Серія: Питання політології. Вип.17 . – 2010. – С.62-
6. Кочубей Л. Особливості політичних комунікацій в умовах розвитку технологій інформаційного суспільства// Віче №19, 2009
7. Масс-медиа, сектор безопасности и власть. Роль новостных средств массовой информации в контроле и подотчетности сектора безопасности : научное пособие / под ред. М. Капарини. – К., 2005. – 280 с.
8. Масова комунікація: Підручник / А. З. Москаленко, Л. В. Губернський, В. Ф. Іванов, В. А. Вергун. – К.: Либідь, 1997. – 216 с.
9. Матвиенко В.Я. Социальные технологии. – К. : Українські пропілеї, 2000. – 446 с.
10. Назаретян А.П. Агрессивная толпа, массовая паника, слухи. Лекции по социальной и политической психологии/А.П. Назаретян–С-Пб.:»Питер», 2003.–112 с.
11. Наріжний Д.Ю. Проблеми ризику і технології його зниження в державному управлінні // Ефективність державного управління в контексті глобалізації та євроінтеграції: Матеріали наук.-практ. конф. / За заг. ред. В.І. Лугового, В.М. Князева. – К.: Вид-во УАДУ. – 2003. – Т. 1. – С. 308-312. (0,2 друк. арк.);
12. Ненашев А.И. Информационное пространство: коммуникационный аспект: автореф. дис... канд. фил. наук: спец. 09.00.11 – социальная философия по философским наукам/ А.С. Ненашев. – Саратов, 2008. – 20 с.
13. Орбан-Лембрик Л. Чутки як соціально-психологічне явище // Соціальна психологія. – 2004. - № 3 (5). – с. 47-62;
14. Райхель Ю. Информационные войны становятся частью общественной жизни // Журналист Украины. – 2006. - № 8. – С. 24-27;
15. Ставченко С. В. Комунікативні аспекти управління в умовах політичної кризи // Гілея. Історичні науки. Філософські науки. Політичні науки : Наук. вісник : зб. наук. праць / Нац. пед. ун-т ім. М. П. Драгоманова, Українська АН. - К. : Вид-во НПУ ім. М. П. Драгоманова, 2011. - Вип. 47 (5). - С. 518-523

