

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
**РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ГИДРОМЕТЕОРОЛОГИЧЕСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ**

Кафедра инновационных технологий управления в государственной сфере и
бизнесе

Рабочая программа дисциплины
МЕДИАМАНИПУЛЯЦИЯ МАССОВЫМ СОЗНАНИЕМ

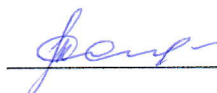
Основная профессиональная образовательная программа
высшего образования по направлению подготовки
42.03.01 - Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль) подготовки:
Реклама и связи с общественностью

Квалификация:
Бакалавр

Форма обучения
Очная

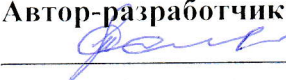
Согласовано
Руководитель ОПОП
«Реклама и связи с общественностью»

 **Фейлинг Т.Б.**

Утверждаю
Председатель УМС  **И.И. Палкин**

Рекомендована решением
Учебно-методического совета
 24.06 2021 г., протокол № 9

Рассмотрена и утверждена на заседании кафедры
14.04.2021 г., протокол № 10
Зав. кафедрой  **Фирова И.П.**

Автор-разработчик:
 **Фейлинг Т.Б.**

Санкт-Петербург, 2021

1. Цели и задачи освоения дисциплины

Целью дисциплины является формирование у студентов знаний, навыков и компетенций в области манипуляции общественным сознанием в медиа пространстве, а также методов противодействия манипуляции и информационным угрозам.

Задачи изучения дисциплины:

- познакомить студентов с приёмами манипуляции в СМИ и способами противодействия манипуляции;
- выработка у студентов понимания и уважения этических и правовых норм, которые распространяются на использование средств коммуникативного воздействия и манипулирования в сфере масс-медиа.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина «Медиаманипуляция» относится к части дисциплин ОПОП, формируемой участниками образовательных отношений; обеспечивает подготовку бакалавров по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

Дисциплина изучается студентами в 7 семестре, объем дисциплины -108ак. часов, 3 зачетные единицы.

Необходимой базой для изучения данной дисциплины являются знания, навыки и компетенции, полученные при изучении следующих дисциплин:

«Психология массовых коммуникаций», «Социология массовых коммуникаций», «Основы теории коммуникации», «Теория массовой информации», «Социальная психология в рекламной и PR деятельности».

Знания, полученные при изучении дисциплины «Медиаманипуляция массовым сознанием» используются в дальнейшем при изучении дисциплин ОПОП, а также в Преддипломной практике и подготовке ВКР.

Изучение дисциплины направлено на понимание места и роли медиаманипулирования в современном обществе, знание характерных черт и особенностей развития медиаманипулирования в России.

Основными видами занятий при изучении дисциплины являются лекции и практические занятия. На лекциях излагаются наиболее сложные вопросы, имеющие концептуальное и методологическое значение в решении задач подготовки специалистов данного профиля.

На практических занятиях отрабатываются ключевые практические вопросы, формируются необходимые умения и навыки.

3. Перечень планируемых результатов обучения

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций:
ПК-6 (ПК-6.1; ПК-6.3).

Таблица формируемых компетенций

Код и наименование профессиональной компетенции	Код и наименование индикатора достижения профессиональной компетенции	Результаты обучения
ПК-6 Способен применять предметные знания для разработки и реализации коммуникационных проектов	ПК-6.1 Применяет знания по разработке коммуникационных проектов и мероприятий	Знать особенности формирования медиапространства Уметь управлять коммуникациями в медиапространстве Владеть технологиями защиты от манипулирования в сфере масс-медиа
	ПК-6.3 Осуществляет отбор современных информационно-коммуникационных технологий, интернет-технологии и специализированных программных продуктов для реализации коммуникационных проектов	Знать современные информационно-коммуникационные технологии, технические средства, интернет-технологии и специализированные программные продукты при разработке коммуникационных проектов Уметь использовать в профессиональной деятельности современные информационно-коммуникационные технологии, технические средства, интернет-технологии и специализированные программные продукты Владеть навыками коммуникационного проектирования с применением современных информационно-коммуникационных технологий, технических средств, интернет-технологий и специализированных программных продуктов

4. Структура и содержание дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 108 часов, 3 зачетных единицы.

4.1. Объем дисциплины по видам учебных занятий (в академических часах)

Объём дисциплины	Всего часов
	Очная форма обучения
Общая трудоёмкость дисциплины	108
Контактная работа обучающихся с преподавателям (по видам аудиторных учебных занятий) – всего:	42
в том числе:	
лекции	14
практические занятия	28
Самостоятельная работа (СРС) – всего:	66
в том числе:	
курсовая работа	
контрольная работа	-
Вид промежуточной аттестации	Зачет

4.2. Структура дисциплины

Раздел и тема дисциплины	Семестр 7	Виды учебной работы, в т.ч. самостоятельная работа студентов, час.			Формы текущего контроля успеваемости	Формируемые компетенции	Индикаторы достижений
		Лекции	Практич.	Самост. работа			
Тема 1. Влияние на личность в структуре человеческого взаимодействия	7	2	4	8	Доклады, сообщения, задания	ПК-6	ПК-6.1; ПК-6.3
Тема 2. Технологии влияния на сознание и поведение людей	7	2	4	8	Доклады, сообщения, задания	ПК-6	ПК-6.1; ПК-6.3
Тема 3. Манипуляция в массовых информационных процессах	7	2	4	10	Дискуссия, сообщения, задания	ПК-6	ПК-6.1; ПК-6.3
Тема 4. Методы защиты от манипуляции	7	2	4	10	Дискуссия, сообщения, задания	ПК-6	ПК-6.1; ПК-6.3
Тема 5. Особенности формирования	7	2	4	10	Доклады,	ПК-6	ПК-6.1; ПК-6.3

общественного мнения					дискуссия, сообщения, задания		
Тема 6. Средства массовой информации как инструмент манипулирования общественным мнением	7	2	4	10	Доклады, дискуссия, сообщения задания	ПК-6	ПК-6.1; ПК-6.3
Тема 7. Роль СМИ в органах государственного управления	7	2	4	10	Доклады, дискуссия, сообщения задания	ПК-6	ПК-6.1; ПК-6.3
ИТОГО		14	28	66			

4.3. Содержание разделов дисциплины

Тема 1. Влияние на личность в структуре человеческого взаимодействия.

Осознание проблемы влияния на личность в различных культурно-исторических условиях. Исторические этапы развития системы социального влияния и убеждения.

Влияние на сознание и поведение людей. Эволюция представлений. Опыт изучения проблем социального влияния. Аттитюды и атрибуты как фильтры и факторы влияния. Концепция социальных автоматизмов р. Чалдини. Группомыслие (и. Джанис) и групповая дискуссия. Этические и юридические аспекты влияния. Культура, этика и влияние. Этические и юридические аспекты влияния и убеждения. Ресурсы влияния: устная и письменная речь. Особенности языка как знаковой системы, служащей для передачи значений в процессе коммуникации. Невербальные ресурсы влияния. Среда как ресурс влияния.

Тема 2. Технологии влияния на сознание и поведение людей

Убеждающие технологии. Поведенческие, когнитивные и логикориторические подходы к убеждению. Основные виды убеждения. Типы убеждающих воздействий: информирование, разъяснение, доказательство, опровержение. Условия и правила убеждения. Изучение ожиданий, установок, интересов, ценностных ориентаций людей как необходимое условие эффективности убеждения. Диалогические технологии. Понятие о диалоге. Классификация видов диалога по субъектам: межличностный (диадический) диалог, диалог общественных групп, межкультурный диалог. Социальный диалог как способ, форма, средство взаимодействия разных сил. Психологические манипуляции как скрытое управление сознанием и поведением людей. Анализ и обобщение подходов к определению понятия “манипуляция. Определение манипуляции. Виды манипуляций. Манипуляция как способ управления.

Манипуляция как угроза информационной безопасности общества. Место манипуляции в системе человеческих взаимоотношений. Нейролингвистическое программирование как манипулятивная технология.

Тема 3. Манипуляция в массовых информационных процессах

Манипулятивные возможности масс-медиа. Особенности психологических манипуляций в массовых информационных процессах. Основные формы массового информационно-психологического воздействия. Информационные кампании и акции. Медийные технологии информационной манипуляции: фрейминг, фильтрация, имитация. Технологии дезинформации и обмана. Искажение информации. Утаивание информации. СМИ как объект манипуляции. Власть, бизнес, некоммерческие организации как субъекты манипулирования СМИ. Формы давления на журналистов. Манифестации «общественности». Аудитория: новые требования к содержанию. Политические технологии как форма управления содержанием СМИ.

Тема 4. Методы защиты от манипуляции

Методы «вскрытия» манипулятивных приемов. Индикаторы манипуляции. Техники получения необходимой информации. Определение установки собеседника на борьбу или на сотрудничество. Виды и механизмы защит. Межличностные и внутриличностные защиты. Специфические и неспецифические защиты. Базовые защитные установки. Конформизм, неконформизм и внеконформизм. Укрепление защитного арсенала. Приемы конструктивной защиты. Предотвращение собственных неконструктивных реакций на манипуляцию. Обратная связь как способ противостояния чужому влиянию. Способы выхода из негативных состояний, вызванных чужим влиянием.

Тема 5. Особенности формирования общественного мнения

Основные характеристики общественного мнения. Особенности общественного мнения и общественного сознания. Уровни общественного сознания. Структура общественного мнения. Концепции развития информационного общества. Работы субъективных идеалистов А. Богданова и В. Шулятикова. Исследования и прогнозы А. Тоффлера. Параметры, составляющие информационный фон общественного мнения. Институт изучения общественного мнения Дж. Гэллапа. Аспекты формирования и управления общественным мнением.

Основные черты и особенности влияния СМИ на сознание людей.

Тема 6. Средства массовой информации как инструмент манипулирования общественным мнением

Характеристики различных каналов коммуникации. Особенности и составляющие масс-медиа. История развития каналов коммуникации: периодические издания, радио, телевидение, интернет. Нормативно-правовая база функционирования СМИ. Особенности СМИ в настоящее время. Онлайн- и офлайн функционирование электронных СМИ. Взаимодействие со СМИ коммерческой структуры, как основа управления общественным мнением. Формы работы со СМИ. Мониторинг СМИ. Характеристики материалов для прессы. Организационно – представительские мероприятия. Специфика использования СМИ в соответствии с целевой аудиторией адресата коммуникации.

Тема 7. Роль СМИ в органах государственного управления

Особенности организации служб связей с общественностью в органах государственной власти. Основные функции Управления Президента РФ по связям с общественностью. Основные функциональные задачи организации работы со СМИ в системе государственного управления. Направления деятельности связей с общественностью в органах государственной власти. Действия по формированию общественного мнения. Принципы взаимодействия с общественностью. Инновационные коммуникационные политические технологии: электронное правительство. Наиболее популярные способы политической агитации в Интернет. Принципы организации электронного правительства.

4.4. Семинарские, практические, занятия, их содержание

№ раздела дисциплины	Наименование практических занятий	Всего часов
1	Исторические этапы развития системы социального влияния и убеждения. Этические и юридические аспекты манипулирования.	4
2	Изучение ожиданий, установок, интересов, ценностных ориентаций людей как необходимое условие эффективности убеждения. Информационное пространство.	4
3	Технологии формирования повестки дня: выборочный подбор информации, метод объективного подхода, информационный шум, использование слухов, утечки секретной информации и др.	4
4	Техники получения необходимой информации. Определение установки собеседника на борьбу или на сотрудничество.	4
5	Изучение общественного мнения в России и за рубежом.	4

6	Аспекты формирования и управления общественным мнением. Взаимодействие со СМИ коммерческих структур как основа управления общественным мнением.	4
7	Формы работы со СМИ государственных органов. Мониторинг СМИ.	4
Итого		28

5. Перечень учебно-методического обеспечения самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

Для эффективного освоения курса дисциплины и сформированности заявленных компетенций темы дисциплины сопровождаются методическими материалами (методические указания по самостоятельной работе, практикум, др. учебные и методические материалы), которые размещены в moodle и в электронном виде на кафедре ИТУвГСБ.

6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины

Учет успеваемости обучающегося по дисциплине осуществляется по 100-балльной шкале:

максимальное количество баллов по дисциплине за один семестр – 100:

максимальное количество баллов за выполнение всех видов текущего контроля- 70;

максимальное количество баллов за посещение лекционных занятий - 10;

максимальное количество баллов за прохождение промежуточной аттестации - 20;

максимальное количество дополнительных баллов – 10.

6.1. Текущий контроль

Типовые задания, методика выполнения и критерии оценивания текущего контроля по разделам дисциплины представлены в Фонде оценочных средств по данной дисциплине. Фонды оценочных средств входят в состав РПД на правах отдельного документа.

6.2. Промежуточная аттестация

Форма промежуточной аттестации по дисциплине: зачет.

Планируемые результаты обучения: формирование компетенций: ПК-6.

Перечень вопросов к зачету

ПК-6.1; ПК-6.3

1. Влияние на личность в различных культурно-исторических условиях (на примерах).
2. Исторические этапы развития системы социального влияния и убеждения.

3. Аттитюды и атрибуции как фильтры и факторы влияния.
4. Концепция социальных автоматизмов р. Чалдини.
5. Группомыслие и групповая дискуссия.
6. Этические и юридические аспекты влияния.
7. Культура, этика и влияние.
8. Ресурсы влияния: устная и письменная речь.
9. Убеждающие технологии.
10. Поведенческие, когнитивные и логико-риторические подходы к убеждению.
11. Основные виды убеждения.
12. Типы убеждающих воздействий: информирование, разъяснение, доказательство, опровержение.
13. Психологические манипуляции как скрытое управление сознанием и поведением людей.
14. Понятие манипуляции.
15. Виды манипуляций.
16. Манипуляция как способ управления.
17. Манипуляция как угроза информационной безопасности общества.
18. Место манипуляции в системе человеческих взаимоотношений.
19. Нейролингвистическое программирование как манипулятивная технология.
20. Особенности психологических манипуляций в массовых информационных процессах.
21. Основные формы массового информационно-психологического воздействия.
22. Информационные кампании и акции.
23. Медийные технологии информационной манипуляции: фрейминг, фильтрация, имитация.
24. Искажение информации.
25. Утаивание информации.
26. СМИ как объект манипуляции.
27. Индивид, группа, толпа, масса как адресаты манипулирования.
28. Индикаторы манипуляции.
29. Виды и механизмы защит.
30. Межличностные и внутриличностные защиты.
31. Конформизм, неконформизм и внеконформизм.
32. Основные характеристики общественного мнения.
33. Особенности общественного мнения и общественного сознания.
34. Уровни общественного сознания.

35. Структура общественного мнения.
36. Аспекты формирования и управления общественным мнением.
37. Основные черты и особенности влияния СМИ на сознание людей.
38. Нормативно-правовая база функционирования СМИ.
39. Особенности функционирования электронных СМИ.
40. Формы работы со СМИ. Мониторинг СМИ.
41. Характеристики материалов для прессы.
42. Особенности организации служб связей с общественностью в органах государственной власти.
43. Основные функции Управления Президента РФ по связям с общественностью.
44. Основные функциональные задачи организации работы со СМИ в системе государственного управления.
45. Способы политической агитации в Интернет.
46. Организация электронного правительства.

6.3. Балльно-рейтинговая система оценивания

Распределение баллов по видам учебной работы

Вид учебной работы, за которую ставятся баллы	Баллы
Посещение лекционных занятий	10
Практические задания	60
Доклады	10
Промежуточная аттестация	20
ИТОГО	100

Распределение дополнительных баллов

Дополнительные баллы (баллы, которые могут быть добавлены до 100)	Баллы
Участие в конференции	10
ИТОГО	10

Минимальное количество баллов для допуска до промежуточной аттестации составляет 40 баллов при условии выполнения всех видов текущего контроля.

Балльная шкала итоговой оценки на зачете

Оценка	Баллы
Зачтено	40-70
Не зачтено	0-39

7. Методические рекомендации для обучающихся по освоению дисциплины

Методические рекомендации ко всем видам аудиторных занятий, а также методические рекомендации по организации самостоятельной работы, в том числе по подготовке к текущему контролю и промежуточной аттестации представлены в Методических рекомендациях для обучающихся по освоению дисциплины «Медиаманипуляция массовым сознанием».

8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

а) основная литература:

1. Лозовский, Б. Н. Манипулятивные технологии управления средствами массовой информации [Электронный ресурс] / Б. Н. Лозовский. - Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2008. - 212 с. - ISBN 978-5-7996-0395-3 В доступе: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=370929>

2. Социальные коммуникации: Учебник / Н.А. Ореховская. - М.: Альфа-М: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 224 с.: ил.; 60х90 1/16. - (Бакалавриат). (переплет) ISBN 978-5-98281-387-9, 300 экз. В доступе: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=448967>

3. Выход из кризиса: Новая парадигма управления людьми, системами и процессами Учебник / Деминг У.Э., Адлер Ю.П., Шпер В.Л., - 7-е изд. - М.:АльпинаПабл., 2016. - 417 с.: 70х100 1/16 ISBN 978-5-9614-5264-8 В доступе: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=912671>

б) Дополнительная литература:

1. Кара-Мурза С.Г. Власть манипуляции. М.: Академический Проект, 2007.

2. Чалдини Р. Психология влияния. – М.: «Эксмо», 2010.

3. Дзялошинский, И.М. Современное медиапространство России : учеб. пособие для студентов вузов / И.М. Дзялошинский. — Москва : Аспект Пресс, 2017. — 312 с. - ISBN 978-5-7567-0890-5. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1038959>

в) программное обеспечение и Интернет-ресурсы:

windows 7 48130165 21.02.2011

office 2010 49671955 01.02.2012

windows 7 61031016; Office 2007 лиц 42048251

Интернет-ресурсы:

Для подготовки к практическим и семинарским занятиям, а также самостоятельной работы студенты могут использовать специализированные информационные сайты и профессиональные СМИ (Интернет-ресурсы):

1. Библиотека электронная: <https://znanium.com>
2. Юрайт. Образовательная платформа: <https://urait.ru/news>
3. LiveJournal: <https://zeezv.livejournal.com/182357.html>
4. Российский PR-портал. Российская Ассоциация по связям с общественностью (www.raso.ru);
5. Энциклопедия маркетинга (www.marketing.spb.ru).
6. АКАР - <http://www.akarussia.ru/>
7. АКМР - <http://corpmedia.ru/>
8. АБКР - <http://www.russianbranding.ru/>
9. Ассоциация компаний-консультантов в области общественных связей (АКОС): www.akos.newmail.ru
10. YouTube: youtube.com

Перечень профессиональных баз данных

1. Электронно-библиотечная система eLibrary;
2. База данных Web of Science
3. База данных Scopus

Перечень информационных справочных систем

1. <http://www.consultant.ru/> - Консультант Плюс
2. <http://www.garant.ru/> - Гарант

9. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Материально-техническое обеспечение программы соответствует действующим санитарно-техническим и противопожарным правилам и нормам и обеспечивает проведение всех видов лекционных, практических занятий и самостоятельной работы бакалавров.

Учебный процесс обеспечен аудиториями, комплектом лицензионного программного обеспечения, библиотекой РГГМУ.

Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа – укомплектована специализированной (учебной) мебелью, презентационной переносной техникой (проектор, экран, ноутбук).

Учебная аудитория для проведения занятий практического типа - укомплектована специализированной (учебной) мебелью, презентационной переносной техникой (проектор, экран, ноутбук).

Учебная аудитория для групповых и индивидуальных консультаций - укомплектована специализированной (учебной) мебелью, презентационной переносной техникой (проектор, экран, ноутбук).

Учебная аудитория для текущего контроля и промежуточной аттестации - укомплектована специализированной (учебной) мебелью, презентационной переносной техникой (проектор, экран, ноутбук),

Помещение для самостоятельной работы – укомплектовано специализированной (учебной) мебелью.

10. Особенности освоения дисциплины для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

Обучение обучающихся с ограниченными возможностями здоровья при необходимости осуществляется на основе адаптированной рабочей программы с использованием специальных методов обучения и дидактических материалов, составленных с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся (обучающегося).

При определении формы проведения занятий с обучающимся-инвалидом учитываются рекомендации, содержащиеся в индивидуальной программе реабилитации инвалида, относительно рекомендованных условий и видов труда.

При необходимости для обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья создаются специальные рабочие места с учетом нарушенных функций и ограничений жизнедеятельности.

11. Возможность применения электронного обучения и дистанционных образовательных технологий

Дисциплина может реализовываться с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий.