

БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной работе
и образовательным инновациям

О.И. Чуприс

« 4 » декабря 201 9 г.

Регистрационный № УД-7685 /уч.

ТЕХНОЛОГИИ СОЦИАЛЬНОГО ПРОГРАММИРОВАНИЯ

**Учебная программа учреждения высшего образования
по учебной дисциплине для специальности:**

1-23 80 11 Коммуникации

Профилизация: Медиаисследования и социальная аналитика

2020 г.

Учебная программа составлена на основе ОСВО 1-23 80 11-2019 и учебного плана 11.04.2019 г. № E23-083/уч

СОСТАВИТЕЛЬ:

А.Я. Сарна – доцент кафедры социальной коммуникации Белорусского государственного университета, кандидат философских наук, доцент

РЕЦЕНЗЕНТЫ:

И.Г. Подпорин, доцент кафедры бизнес-коммуникаций Института бизнеса БГУ, кандидат философских наук, доцент;

Д.В. Майборода, доцент кафедры философии учреждения образования «Минский государственный лингвистический университет», кандидат философских наук, доцент

РЕКОМЕНДОВАНА К УТВЕРЖДЕНИЮ:

Кафедрой социальной коммуникации
(протокол № 13 от 03.05.2019 г.);

Научно-методическим Советом БГУ
(протокол № 5 от 28.06.2019)

Заведующий кафедрой
социальной коммуникации

И.И.Калачёва

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Цель учебной дисциплины – формирование навыков в области применения коммуникативных технологий и техник медиавоздействия на массовую аудиторию с учетом особенностей социокультурной ситуации.

Задачи учебной дисциплины:

1. Дать теоретические знания и практические навыки в сфере осуществления эффективных медиакоммуникаций.
2. Раскрыть сущность основных концепций СМИ и медиавоздействия.
3. Показать возможности применения различных видов социальных технологий.
4. Развить способности к эффективному управлению процессами медиакоммуникации.
5. Сформировать навыки использования комплексного подхода и качественно-количественных методов анализа текстов сообщений СМИ.

Место учебной дисциплины в системе подготовки специалиста с высшим образованием (магистра).

Учебная дисциплина относится к циклу компонент учреждения образования модуля «Стратегическое медиапланирование и технологии социального программирования».

Учебная дисциплина «Технологии социального программирования» читается во втором семестре и имеет непосредственную тематическую и предметную связь с такими учебными дисциплинами, как «Стратегическое медиапланирование» и «Исследования СМИ».

Требования к компетенциям

Освоение учебной дисциплины «Технологии социального программирования» должно обеспечить формирование следующих углубленных профессиональных и специальных компетенций.

СК-10. Быть способным к эффективному применению коммуникативных технологий и техник медиавоздействия на массовую аудиторию с учетом социокультурной ситуации

В результате изучения дисциплины магистр должен:

знать:

- основные направления и подходы в современной теории масс-медиа, социальной психологии и социологии;
- специфику выстраивания образа в системе современных СМИ и новых медиа;
- особенности влияния социокультурного контекста на процессы восприятия и интерпретации аудиовизуальных сообщений;

уметь:

- применять основные виды социальных технологий в процессе влияния на массовую аудиторию;
- использовать символические ресурсы современной культуры для создания образа и его трансляции по различным медиаканалам;

- оказывать эффективное и проективное воздействие на массовую аудиторию посредством информационно-коммуникационных технологий;

владеть:

- инструментами для выявления и осуществления основных стратегий коммуникации между представителями различных сообществ и групп;
- приемами и техниками системно обоснованного взаимодействия с аудиторией посредством медиа;
- методами компаративного, нарративного, дискурсивного, концепт- и контент-анализа различных видов медиатекста.

Структура учебной дисциплины

Дисциплина изучается во 2 семестре. Всего на изучение учебной дисциплины «Технологии социального программирования» отведено для очной формы получения высшего образования – 90 часов, в том числе 36 аудиторных часов, из них: лекции – 12 часов, практических занятий 14 часов (из них 2 часа ДО), управляемая самостоятельная работа – 10 часов.

Трудоемкость учебной дисциплины составляет 3 зачетные единицы.

Форма текущей аттестации – зачет.

СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОГО МАТЕРИАЛА

Тема 1. Социальная инженерия и воздействие СМИ

Понятие технологии. Специфика социальных/гуманитарных технологий. Проектирование и программирование в организации деятельности. Гуманитарные технологии в коммуникативных практиках (пропаганда, реклама, PR и др.). Совмещение социальных, информационных и когнитивных технологий в современной медиакультуре. Роль коммуникационного дизайна в «экономике внимания». Социальный инжиниринг в СМИ. Новые медиа и социальный компьютеринг. Основные техники медиавоздействия.

Тема 2. Техники медиавоздействия: импринтинг

Воздействие СМИ и новых медиа на восприятие аудитории. Импринтинг и психология восприятия. Концепты и перцепты в структуре медиасообщений. Особенности креолизованных текстов в СМИ. Образы и символы как ключевые элементы инфосферы. Эволюция медиаобразности: от символа – к имиджу и «иконе». Традиционные символы и их роль в культуре. Имидж в системе техногенных образов. Иконический образ и мода. Импринтинг как основа современной медиакультуры.

Тема 3. Техники медиавоздействия: прайминг

Исследования медиавоздействия Дж. Брайан и С. Томпсон. Прайминг-эффект и активация конкретных ассоциаций и воспоминаний у реципиента. Образ как стимул. «Преднастройка» поведения массовой аудитории под воздействием СМИ. Место и функции прайминга в стратегиях медиалегитимации власти по Н. Пономареву. Медиапрайминг как принцип формирования повестки дня. «Тематический» и «атрибутивный» прайминг. «Газлайтинг» и внушение ложных воспоминаний.

Тема 4. Техники медиавоздействия: сторителлинг

Нарративные схемы и повествовательные структуры в медиакультуре. Ключевые элементы классических сюжетов. Драматургическая модель выстраивания нарративной конструкции. «Инвентарные» истории как канонические интерпретации значимых событий. Принципы эффективного построения историй. Оценка и классификация политических «адвокатских историй». Метанаррации и «языческие нарративы» (Ж.-Ф. Лиотар). Трансмедиаальный сторителлинг в системе современных коммуникаций.

Тема 5. Техники медиавоздействия: фрейминг

Понятие фрейма в различных подходах (Г. Бейтсон, М. Мински, Дж. Брунер, И. Гофман). Фрейминг как вид манипулятивных технологий и стратегический инструмент выстраивания коммуникаций. «Переключение» и «перенастройка» фреймов аудитории на восприятие определенных

смысловых уровней реальности. Основные виды фрейминга. Сценарии событий и дискурсивные матрицы фреймов. Фрейминг в практике воздействия СМИ на массовую аудиторию.

Тема 6. Техники медиавоздействия: дизайн

Композитинг и дизайн (Л. Манович) в процессах форматирования медиасреды. Специфика форматов и жанров в традиционных СМИ и новых медиа. Формат как технологический способ производства информации. Жанр как форма реализации речевой практики в СМИ. Проблема классификации медиатекстов в системе жанров. Виды и специфика жанров журналистики. Гибридизация жанров как эффект цифровой конвергенции медиаплатформ. Роль композитинга в теории новых медиа Л. Мановича.

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Дневная (вечерняя) форма получения образования с применением дистанционных образовательных технологий

Номер раздела, темы	Название раздела, темы	Количество аудиторных часов						Форма контроля знаний
		Лекции	Практические занятия	Семинарские занятия	Лабораторные занятия	Иное	Количество часов УСР	
1	2	3	4	5	6	7	8	9
1	Социальная инженерия и воздействие СМИ	2	2					Опрос, анализ кейсов
2	Техники медиавоздействия: импринтинг	2	2				2	Опрос, анализ кейсов
3	Техники медиавоздействия: прайминг	2	2				2	Опрос, анализ кейсов
4	Техники медиавоздействия: сторителлинг	2	2				2	Опрос, анализ кейсов
5	Техники медиавоздействия: фрейминг	2	2				2	Опрос, анализ кейсов
6	Техники медиавоздействия: дизайнинг	2	2				2	Опрос, анализ кейсов
7	Социальная инженерия и воздействие СМИ		2 (ДО)					Презентация портфолио на образовательном портале LMS MOODLE
	Итого	12	14				10	

ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

Перечень основной литературы

1. Брайант, Дж., Томпсон, С. Основы воздействия СМИ / Дж. Брайант, С. Томпсон. – М.: Издательский дом «Вильяме», 2004. – 432 с.
2. Вахштайн, В. Социология повседневности / В. Вахштайн // Постнаука [Электронный ресурс]. – 2013. – Режим доступа: <http://postnauka.ru/courses/17477> – Дата доступа: 01.01.2019.
3. Вахштайн, В.С. Социология повседневности и теория фреймов / В. Вахштайн. – СПб.: Изд-во Европейского ун-та, 2011. – 334 с.
4. Герген, К.Дж. Социальная конструкция в контексте / К. Дж. Герген. – Х.: изд-во «Гуманитарный Центр», 2016. – 328 с.
5. Гоффман, И. Анализ фреймов: эссе об организации повседневного опыта / И. Гоффман // Институт социологии российской академии наук [Электронный ресурс]. – 2008. – Режим доступа: http://www.isras.ru/index.php?page_id=1198&id=692. – Дата доступа: 01.01.2019.
6. Лидвелл У., Холден К., Батлер Д. Универсальные принципы дизайна. – СПб.: Питер, 2012. – 272 с.
7. Лиотар, Ж.-Ф. Состояние постмодерна: трактат о знании / Ж.-Ф. Лиотар. – М., Институт экспериментальной социологии, 1998.
8. Манович, Л. Язык новых медиа / Л. Манович. – М.: Ад маргинем Пресс, 2018. – 400 с.
9. Митчелл, У. Дж. Т. Иконология. Образ. Текст. Идеология / У. Дж. Т. Митчелл. – Москва; Екатеринбург: Кабинетный ученый, 2017. – 240 с.
10. Пономарев, Н. Ф. Коммуникационный менеджмент власти. Институциональные теории и дискурсивные практики / Н.Ф. Пономарев. – М.: Флинта, Наука, 2016. – 128 с.
11. Пономарев, Н.Ф. Стратегии и технологии медиалегитимации власти / Н.Ф. Пономарев; Перм. гос. ун-т. – Пермь, 2010. – 192 с.
12. Роуз Д. Будущее вещей: Как сказка и фантастика становятся реальностью. – М.: Альпина нон-фикшн, 2015. – 253 с.
13. Социальное мышление и деятельность: влияние новых интеллектуальных технологий / Труды Института системного анализа Российской академии наук. – М.: Едиториал УРСС, 2004. – 464 с.
14. Суименко, В.И. Социальная инженерия. Экспериментальный курс лекций / В.И. Суименко. – К.: Институт социологии НАН Украины, 2011. – 224 с.

15. Фаликман, М.В., Койфман, А.Я. Виды прайминга в исследованиях восприятия и перцептивного внимания» / Вестник МГУ. Сер. 14. Психология 3 (2005), сс. 86-97, Психология 4 (2005), сс. 81-89.
16. Шюц, А. О множественности реальностей // А. Шюц – Библиотека Высшей Школы Экономики [Электронный ресурс]. – 2012. – Режим доступа: http://sociologica.hse.ru/data/2011/03/31/1211857317/3_2_1.pdf. – Дата доступа: 01.01.2019.
17. Щедровицкий Г.П. Оргуправленческое мышление: идеология, методология, технология (курс лекций) / Г.П. Щедровицкий. – М.: Изд-во Студии Артемия Лебедева, 2014. – 468 с.
18. Этюды по социальной инженерии: от утопии к организации / Отв. ред. В.М. Розин. – М.: Книжный дом ЛИБРОКОМ, 2013. – 320 с.
19. Altshull, J.H. Agents of power: the role of the news media in human affair. –N.Y.: Longman, 1984.
20. Anderson, J.R. A spreading activation theory of memory / Journal of Verbal Learning and Verbal Behavior 22 (1983), 261-295.
21. Baumgartner, F.R., Mahoney, C. Individual-level framing and collective issue definition in the European Union / European Union Politics 9 (2008), 435-449.
22. Davies, J., Mabin, V.J. Framing: A Meta-framework for the use of mixedmode modelling / M.G. Nicholls, S. Clarke, B. Lehaney (eds.). Mixed mode modelling: Mixing methodologies for organisational intervention. Applied optimization 58. – Dordrecht: Kluwer Academic Publications, 2001. – P. 63-119.

Перечень дополнительной литературы

1. Йоргенсен, М., Филлипс, Л. Дискурс-анализ. Теория и метод. – Х.: Изд-во «Гуманитарный Центр», 2008.
2. Иссерс, О.С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи / О. С. Иссерс. – М.: Едиториал УРСС, 2002. – 284 с.
3. Леонтович, О.А. Методы коммуникативных исследований / О.А. Леонтович. – М.: Гнозис, 2011. – 224 с.
4. Тичер, С. Методы анализа текста и дискурса / С. Тичер, М. Мейер, Р. Водак, Е. Ветер. – Х.: Изд-во «Гуманитарный Центр», 2009.

Перечень рекомендуемых средств диагностики и методика формирования итоговой оценки

По итогам работы в семестре студенты самостоятельно работают над выполнением персональных заданий и реализуют его в виде собственного портфолио. Для этого потребуется 1) выбрать технику медиавоздействия для самостоятельного анализа: импринтинг, прайминг, сторителлинг, фрейминг и композитинг; 2) осуществить подборку материала для анализа и выявления в нем особенностей проявления выбранной техники.

Портфолио может строиться на основе какой-либо сферы коммуникации и включать наружную рекламу, тексты СМИ, социальных сетей и пр. При оценке портфолио работ студента внимание обращается на обоснованность и логичность включения работ, свидетельства качества работ студента (отзывы, рецензии, оценки т.д.), систематичность работы с портфолио, наличие самооценки студентом собственных работ (рефлексивные замечания, реплики, комментарии, проекты изменений).

Учитывается и актуальность исследуемой проблемы, корректность используемых методов исследования, привлечение знаний из различных областей, практикоориентированность полученных результатов.

Оценка за ответы на лекциях (опрос) и семинарских (практических) занятиях может включать в себя полноту ответа, наличие аргументов, примеров из практики и т.д.

При формировании итоговой оценки используется рейтинговая оценка знаний студента, дающая возможность проследить и оценить динамику процесса достижения целей обучения. Рейтинговая оценка предусматривает использование весовых коэффициентов для текущего контроля знаний и текущей аттестации студентов по дисциплине. Примерные весовые коэффициенты, определяющие вклад текущего контроля знаний и текущей аттестации в рейтинговую оценку:

Формирование оценки за текущую успеваемость:

- опрос по теме на лекциях – 25 %;
- анализ кейсов на практических занятиях – 25 %.
- презентация портфолио на портале LMS MOODLE – 50 %.

Формой текущей аттестации по дисциплине «Технологии социального программирования» учебным планом предусмотрен зачет.

Примерный перечень заданий для управляемой самостоятельной работы

Предусмотренный планом объем практической работы будет осуществляться в дистанционной форме и обеспечивается средствами образовательного портала БГУ LMS Moodle с помощью таких элементов

взаимодействия, как форумы. На форумах будут обсуждаться содержание портфолио и результаты достижений студента на основе самостоятельно выполненных им творческих работ по анализу конкретного эмпирического материала – рекламы, текстов СМИ, постов в социальных сетях и пр.

Задание 1. Выбор техники медиавоздействия для самостоятельного анализа и подбора кейсов в рамках портфолио с выявлением случаев импринтинга, прайминга, сторителлинга, фрейминга и дизайннга.

Задание 2. Подборка материалов для анализа и выявления в нем особенностей проявления выбранной техники в каждом конкретном случае.

Описание инновационных подходов и методов к преподаванию учебной дисциплины

При организации образовательного процесса используются следующие подходы:

практико-ориентированный подход, который предполагает:

- освоение содержания образования через решения практических задач;
- приобретение навыков эффективного выполнения разных видов профессиональной деятельности;
- ориентацию на генерирование идей, реализацию групповых студенческих проектов, развитие предпринимательской культуры;
- использованию процедур, способов оценивания, фиксирующих сформированность профессиональных компетенций.

Также используется ***метод анализа конкретных случаев (кейс-метод)***, который предполагает:

- приобретение студентом знаний и умений для решения практических задач;
- подбор конкретного материала (медiateкстов) для выявления особенностей применения социальных технологий в СМИ;
- анализ случаев на основе профессиональных знаний, собственного опыта, дополнительной литературы и иных источников.

Методические рекомендации по организации самостоятельной работы обучающихся

При изучении учебной дисциплины рекомендуется использовать следующие формы самостоятельной работы: – поиск (подбор) и обзор литературы и электронных источников по индивидуально заданной проблеме курса; – изучение материала, вынесенного на самостоятельную проработку; – подготовка к практическим семинарским занятиям; – подготовка к зачету.

На освоение учебного материала в рамках УСР может отводиться при необходимости до 90% аудиторных часов, предусмотренных типовым учебным планом на изучение данной дисциплины.

Выполнение заданий УСР предусматривает возрастание их сложности – от заданий, формирующих достаточные знания по изученному учебному материалу на уровне узнавания, к заданиям, формирующим компетенции на уровне воспроизведения, и далее к заданиям, формирующим компетенции на уровне применения полученных знаний.

Примерный перечень вопросов к зачету

1. СМИ и понятие медиавоздействия.
2. Механизмы социальных технологий.
3. Прогнозирование в организации деятельности.
4. Основные техники медиавоздействия.
5. Традиционные символы и их роль в культуре.
6. Понятие прайминга.
7. Стратегии и тактики медиавоздействия.
8. Техники манипуляции в СМИ.
9. Концепты и перцепты в структуре образа.
10. Планирование в организации деятельности.
11. Система моды в современной культуре и обществе.
12. Агитация и пропаганда как виды медиавоздействия.
13. Специфика информационного обмена в социальных сетях
14. Иконические образы и их роль в масс-медиа.
15. Газлайтинг и внушение ложных воспоминаний
16. Программирование в организации деятельности.
17. Функциональный анализ и морфология сказки.
18. Фреймы повседневных взаимодействий.
19. Нарративные структуры медиасообщений.
20. Имидж в системе техногенных образов.
21. Сюжеты и сценарии современных медиаисторий.
22. Понятие фрейма в коммуникативистике и когнитивных науках.
23. Феномен «инста-looka»: селфи как инструмент самопрезентации.
24. Фрейминг в практике воздействия СМИ.
25. Дизайнинг в СМИ.
26. Техники констрактинга.
27. Композитинг как средство медиавоздействия.
28. Проектирование в организации деятельности.
29. Специфика конструирования образа в СМИ.
30. Троллинг как форма символического насилия.

Другая значимая информация

Студенты должны быть готовы применять полученные навыки и умения на практике в процессе выполнения творческих заданий и бизнес-проектов, объединяя свои творческие интересы со сферой деятельности, в которой уже имеют опыт участия.

ПРОТОКОЛ СОГЛАСОВАНИЯ УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЫ УВО

Название учебной дисциплины, с которой требуется согласование	Название кафедры	Предложения об изменениях в содержании учебной программы учреждения высшего образования по учебной дисциплине	Решение, принятое кафедрой, разработавшей учебную программу (с указанием даты и номера протокола)
1. Стратегическое медиапланирование	Кафедра социальной коммуникации	нет	13 от 03.05.2019 г
2. Исследования СМИ	Кафедра социальной коммуникации	нет	13 от 03.05.2019 г

**ДОПОЛНЕНИЯ И ИЗМЕНЕНИЯ К УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЕ ПО
ИЗУЧАЕМОЙ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ**

на ____ / ____ учебный год

№ п/п	Дополнения и изменения	Основание

Учебная программа пересмотрена и одобрена на заседании кафедры
_____ (протокол № ____ от _____ 201_ г.)

Заведующий кафедрой

УТВЕРЖДАЮ
Декан факультета
