

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Сыров Игорь Анатольевич  
Должность: Директор  
Дата подписания: 21.07.2023 14:57:12  
Уникальный программный ключ:  
b683afe664d7e9f64175886cf9626a196149ad36

СТЕРЛИТАМАКСКИЙ ФИЛИАЛ  
ФЕДЕРАЛЬНОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО БЮДЖЕТНОГО ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО  
УЧРЕЖДЕНИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«УФИМСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ НАУКИ И ТЕХНОЛОГИЙ»

Факультет  
Кафедра

*Филологический*  
*Русского языка и литературы*

---

**Аннотация рабочей программы дисциплины (модуля)**

дисциплина

*Б1.В.ДВ.05.01 Речевой имидж журналиста*

часть, формируемая участниками образовательных отношений

---

Направление

*45.04.01*  
код

*Филология*  
наименование направления

---

Программа

*Филологическое обеспечение информационно-коммуникационной деятельности*

---

---

Форма обучения

*Заочная*

---

Для поступивших на обучение в  
**2023 г.**

---

Стерлитамак 2023

**1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с установленными в образовательной программе индикаторами достижения компетенций**

| <b>Формируемая компетенция (с указанием кода)</b>   | <b>Код и наименование индикатора достижения компетенции</b>  | <b>Результаты обучения по дисциплине (модулю)</b>   |
|---|--|---|
| ПК-1. Способен оценивать и производить корректировку текстовых материалов различных жанров на предмет соответствия актуальным языковым нормам | ПК-1.1. Способность использовать знания в области общегуманитарных социальных наук (социология, психология, культурология и других) в контексте своей социальной и профессиональной деятельности   | Обучающийся должен: знать концепции картины мира на основе сформированного мировоззрения, теории организационного развития, правовые и этические нормы при оценке последствий своей профессиональной деятельности.  |
|   | ПК-1.2. Способность базироваться на знании особенностей массовой информации, содержательной и структурно-композиционной специфики журналистских публикаций, технологии их создания, готовность применять инновационные подходы при создании медиатекстов | Обучающийся должен: уметь разрабатывать программы исследования (теоретического, эмпирического) и их методического обеспечения с использованием новейших средств; формулировать обоснованные психологические рекомендации прикладного профиля на основе теоретических и прикладных исследований различных аспектов имиджа журналиста.  |
|   | ПК-1.3. Способность понимать специфику работы в условиях мультимедийной среды, владеть методами и технологиями подготовки медиапродукта в разных знаковых системах (вербальной, аудио-, видео-, графика, анимация)                                       | Обучающийся должен: обладать навыками формирования и корректирования имиджа журналиста; приемами и методиками самосовершенствования для успешной профессиональной деятельности; способами продвижения имиджа как медиапродукта; развивать профессиональные качества личности, анализировать особенности восприятия профессиональной деятельности тележурналиста, проводить самоанализ творческого кредо журналиста, выработку основных слагаемых его имиджа; формировать представление об имидже как о медиапродукте. |

## 2. Цели и место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Цели изучения дисциплины:

Цель дисциплины "Речевой имидж журналиста" заключается в формировании у студентов системных представлений о речевом имидже личности в целом и журналиста в частности, ознакомлении с теоретическими основами, механизмами и методами формирования имиджа, а также знакомстве с типами речевого поведения, рассмотрении ситуаций, отражающих различные виды речевого поведения.

Дисциплина изучается на 1, 2 курсах в 2, 3 семестрах

## 3. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических или астрономических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

Общая трудоемкость (объем) дисциплины составляет 216 акад. ч.

| Объем дисциплины   | Всего часов            |
|--|------------------------|
|  | Заочная форма обучения |
| Общая трудоемкость дисциплины                            | 216                    |
| Учебных часов на контактную работу с преподавателем:     |                        |
| лекций   | 10                     |
| практических (семинарских)                               | 14                     |
| другие формы контактной работы (ФКР)                     | 1,2                    |
| Учебных часов на контроль (включая часы подготовки):     | 7,8                    |
| экзамен  |                        |
| Учебных часов на самостоятельную работу обучающихся (СР) | 183                    |

| Формы контроля | Семестры |
|----------------|----------|
| экзамен        | 3        |

## 4. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

### 4.1. Разделы дисциплины и трудоемкость по видам учебных занятий (в академических часах)

| № п/п | Наименование раздела / темы дисциплины | Виды учебных занятий, включая самостоятельную работу обучающихся и трудоемкость (в часах) |        |     |    |
|-------|--|---|--------|-----|----|
|       |  | Контактная работа с преподавателем  |        |     | СР |
|       |  | Лек   | Пр/Сем | Лаб |    |
| 1     | Основы имиджелогии                     | 8   | 4      | 0   | 90 |
| 1.1   | Имидж как коммуникативная технология   | 2   | 0      | 0   | 14 |
| 1.2   | Понятийный аппарат феномена имидж и    | 2   | 0      | 0   | 14 |

|          |   |           |           |          |            |
|----------|---|-----------|-----------|----------|------------|
|          | методы его исследования   |           |           |          |            |
| 1.3      | Классификация, структура имиджа и процесс его формирования. Инструменты и средства формирования имиджа журналиста | 0         | 2         | 0        | 16         |
| 1.4      | Процесс трансляции и восприятия имиджа журналиста. Среда функционирования имиджа.                                 | 2         | 0         | 0        | 14         |
| 1.5      | Психология индивидуального имиджа журналиста  | 2         | 0         | 0        | 14         |
| 1.6      | Персональный имидж  | 0         | 2         | 0        | 18         |
| <b>2</b> | <b>Имидж и речевая коммуникация журналиста</b>  | <b>2</b>  | <b>10</b> | <b>0</b> | <b>93</b>  |
| 2.1      | Общение как человеческая потребность. Понятие коммуникации.   | 2         | 0         | 0        | 14         |
| 2.2      | Межличностная и публичная коммуникация.   | 0         | 2         | 0        | 16         |
| 2.3      | Имидж спикера и модели поведения  | 0         | 2         | 0        | 16         |
| 2.4      | Этика речевой коммуникации. Речевой этикет  | 0         | 2         | 0        | 16         |
| 2.5      | Полилог. Правила ведения спора, дискуссии.  | 0         | 2         | 0        | 16         |
| 2.6      | Дистантное общения. Разговор по телефону.   | 0         | 2         | 0        | 15         |
|          | <b>Итого</b>  | <b>10</b> | <b>14</b> | <b>0</b> | <b>183</b> |

#### 4.2. Содержание дисциплины, структурированное по разделам (темам)

Курс лекционных занятий

| №        | Наименование раздела / темы дисциплины                      | Содержание   |
|----------|---|--|
| <b>1</b> | <b>Основы имиджелогии</b>                                   |  |
| 1.1      | Имидж как коммуникативная технология                        | Психология имиджа как одно из направлений исследований теории и практики социальных коммуникаций. Цель и задачи психологии имиджа (психологическая и социально-психологическая диагностика, психологическое обеспечение имиджевых кампаний, разработка и реализации программ совершенствования публичного поведения клиента). Предмет и структура психологии имиджа. Методы практической психологии имиджа: диагностические, консультативные и учебно-коррекционные, методы пропаганды (рекламы), методы научного исследования. Понятие имиджа, его социально-психологическая природа. Роль имиджа в современном обществе. |
| 1.2      | Понятийный аппарат феномена имидж и методы его исследования | Феноменологический подход: К. Роджерс (Я-концепция). Диспозициональное направление: Г. Олпорт (образ себя). Когнитивное направление: Дж. Келли (Теория ролевого конструкта). Аналитическая теория личности: К.Г. Юнг (классификация архетипов).  |

|          |   |   |
|----------|---|---|
|          |   | Индивидуальная теория личности: А. Адлер (стиль жизни).   |
| 1.4      | Процесс трансляции и восприятия имиджа журналиста. Среда функционирования имиджа. | Понятия имиджевой коммуникации: психология масс, образно-чувственное мышление, информация, информационное пространство, модель массовой коммуникации. Прямая и косвенная имиджформирующая информация. Каналы трансляции: аудиальные, визуальные, кинестетические. Социально-психологические феномены трансляции и восприятия имиджа: интуиция, хиндсайт, социальные ожидания, фундаментальная ошибка атрибуции, установка, убеждение, оценка.   |
| 1.5      | Психология индивидуального имиджа журналиста                                      | Проблема индивида и индивидуальности в психологии. Внешняя и внутренняя мотивация по созданию имиджа. Оригинальный и наведенный виды имиджа. Имидж ориентированный на самоощущение и имидж ориентированный на восприятие. Я-концепция и Я-образ. Взаимоотношения имиджа, Я-реального, Я-идеального и Образа Я у других. Механизмы каузальной атрибуции. Имплицитная теория личности. Типологии личности как основа для оценки имиджевой предрасположенности потребителей. Тело, лицо, поведение человека как объект его имиджа. |
| <b>2</b> | <b>Имидж и речевая коммуникация журналиста</b>                                    |   |
| 2.1      | Общение как человеческая потребность. Понятие коммуникации.                       | Речевая коммуникация как форма взаимодействия людей в процессе познавательно-трудовой деятельности. Вербальная и невербальная коммуникация. Типы речевой коммуникации: по способу выражения; по количеству участников; по цели; по характеру ситуации. Модель речевой коммуникации. Экстралингвистические факторы коммуникации: национально-культурные традиции, мотивы, ситуативность. Коммуникативная компетенция. Речевой имидж. Речевой портрет говорящего.   |

#### Курс практических/семинарских занятий

| №        | Наименование раздела / темы дисциплины  | Содержание  |
|----------|---|---|
| <b>1</b> | <b>Основы имиджелогии</b>   |   |
| 1.3      | Классификация, структура имиджа и процесс его формирования. Инструменты и средства формирования имиджа журналиста | Структурные элементы имиджа. Этапы и стадии формирования имиджа. Консонантные и диссонантные схемы восприятия. Типы мотивации при создании имиджа. Имидж, ориентированный на самоощущение и восприятие. 1. Классификация имиджа по знаку 2. Классификация имиджа по соотношению личностной и профессиональной составляющих 3. Классификация имиджа с точки зрения факторов, его образующих 4.Классификация имиджа по функциональному подходу 5.Классификация по характеристикам |

|          |  |   |
|----------|--|---|
|          |  | индуктора (Е.Б. Перельгина)   |
| 1.6      | Персональный имидж                             | Необходимость, природа и преимущества персонального имиджа и самоменеджмента. Инструменты самоменеджмента: кривая жизни, временной ряд для ранжирования жизненных целей, анализ своих сильных и слабых сторон, установление приоритетов с помощью анализа АБВ и принципа Эйзенхауэра. Делегирование. Диагностика и мониторинг имиджа.   |
| <b>2</b> | <b>Имидж и речевая коммуникация журналиста</b> |   |
| 2.2      | Межличностная и публичная коммуникация.        | Межличностная коммуникация. Механизмы взаимопонимания: идентификация, самоидентификация, эмпатия, рефлексия. Типы людей с коммуникативной точки зрения. Интровертность, приемы ее преодоления. Коррекция речевой коммуникации с учетом типа общения партнера.<br>Публичная коммуникация. Ее виды. Устная деловая публичная коммуникация. Деловая беседа. Методика проведения беседы. Переговоры. Разновидности переговоров. Особенности подготовки к переговорам. Речевое поведение партнеров в процессе проведения переговоров. Стратегии проведения переговорного процесса. Стратегия «достижения победы». Стратегия «достижения согласия». Пути достижения согласия в устной и диалогической речи. |
| 2.3      | Имидж спикера и модели поведения               | Проблема самопрезентации и визуальной привлекательности. Акустическое поведение спикера (техника речи). Невербальное поведение. Кинесические особенности невербального общения: жесты, позы, мимика. Распознавание внутреннего состояния коммуникантов по их жестам и позам. Трактовка сигналов, посылаемых глазами и губами. Проксемические особенности невербального общения. Пространственные правила взаимодействия между участниками общения. Визуальный контакт. Национальная специфика взгляда. Межнациональные различия невербального общения.  |
| 2.4      | Этика речевой коммуникации. Речевой этикет     | Понятие этики речевой коммуникации. Этика письменной речи. Этика устной речи. Этика слушания. Виды и техника слушания. Условия хорошего слушания. Понятие речевого этикета. Культура речи. Понятие нормы. Этикетные формы приветствия, обращения, извинения, просьбы, благодарности. Комплимент. Этикетные формы прерывания общения.  |
| 2.5      | Полилог. Правила ведения спора, дискуссии.     | Полилог, его характеристика. Виды устной речевой коммуникации, определяемые как полилоги (диспут, дискуссия, спор), их особенности. Правила ведения спора, дискуссии.   |

|     |  |  |
|-----|--|--|
| 2.6 | Дистантное общения.<br>Разговор по телефону. | Дистантное общение. Использование технических средств коммуникации. Ведение делового телефонного разговора. Телефонный этикет. Этикетно-речевые формулы общения по телефону. |
|-----|--|--|