

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Сыров Игорь Анатольевич
Должность: Директор
Дата подписания: 29.08.2022 11:36:17
Уникальный программный ключ:
b683afe664d7e9f64175886cf9626a196149ad56

СТЕРЛИТАМАКСКИЙ ФИЛИАЛ
ФЕДЕРАЛЬНОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО БЮДЖЕТНОГО ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО
УЧРЕЖДЕНИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«БАШКИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Факультет
Кафедра

Филологический
Русского языка и литературы

Рабочая программа 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
2022 г.

Разработчик (составитель)

кандидат филологических наук, доцент, зав. кафедрой
Минибаева С. В.

ученая степень, должность, ФИО

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с установленными в образовательной программе индикаторами достижения компетенций	3
2. Цели и место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы	4
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	4
4. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий.....	4
4.1. Разделы дисциплины и трудоемкость по видам учебных занятий (в академических часах).....	4
4.2. Содержание дисциплины, структурированное по разделам (темам)	5
5. Учебно-методическое обеспечение для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю).....	8
6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)	9
6.1. Перечень учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)	9
6.2. Перечень электронных библиотечных систем, современных профессиональных баз данных и информационных справочных систем	10
6.3. Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства	10
7. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)	11

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

Формируемая компетенция (с указанием кода)	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине (модулю)
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
2	Имидж и речевая коммуникация журналиста	2	10	0	93
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
	Итого	10	14	0	183

4.2. Содержание дисциплины, структурированное по разделам (темам)

Курс лекционных занятий

№	Наименование раздела / темы дисциплины	Содержание
1	Основы имиджелогии	
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.
2	Имидж и речевая коммуникация журналиста	
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
1	Основы имиджелогии	
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.
2	Имидж и речевая коммуникация журналиста	
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. 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. Разговор по телефону.	Дистантное общение. Использование технических средств коммуникации. Ведение делового телефонного разговора. Телефонный этикет. Этикетно-речевые формулы общения по телефону.
-----	--	--

5. Учебно-методическое обеспечение для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Темы для самостоятельного изучения.

Тема 1.

Прояснение этимологии понятия "имидж". Реконструкция генезиса научных представлений об имидже. Позиционирование имиджа в коммуникативно-управленческой системе современного общества. Определение имиджа с точки зрения различных наук и отраслей знания.

Тема 2.

Гуманистическое направление: А. Маслоу (иерархия потребностей), Э. Фромм (социальные типы характера). Социально-когнитивное направление А.Бандура (научение через моделирование, достижение самооэффективности), Дж. Роттер (прогноз поведения). Психоаналитическое направление: З. Фрейд (методика психоанализа).

Тема 3.

Синонимичные понятия как компоненты создания имиджа: метафора, миф, символ, стереотип, ассоциация, репутация и др. Использование инструментария психологии имиджа в качестве методов воздействия на аудиторию: позиционирование, манипулирование, мифологизация, визуализация, НЛП, перформанс, жест, формат и др. Принципы психологического проектирования имиджа тележурналиста: принципы целостности и заданности.

Тема 4.

Понятия среды и социума. Символика среды, законы оформления пространства и интерьера, символ цвета и формы. Семиотика. Проксемика. Имидж и психология цвета.

Тема 5.

Закономерности зрительного восприятия лица и фигуры человека. Психологическая характеристика стилей одежды. Совершенствование рефлексивно-перцептивных способностей. Развитие способностей по диагностике и экспрессии эмоционального состояния. Самопрезентация. Факторы восприятия личности в общественном сознании.

Тема 6.

Навыки эффективной самопрезентации имиджа (самомаркетинг, техники эффективного общения, вербальные и невербальные средства трансляции имиджа, стратегии эффективного влияния, синтоническая модель общения, психотехника формирования аттракции). Критерии оценки имиджа: самоощущение, появление планируемых оценок со стороны окружающих, практическое достижение планируемой интеракции при субъективной уверенности, что она достигнута при помощи имиджа. Имидж и должностные обязанности специалиста по социальным коммуникациям. Общее и различия в исследованиях персонального,

корпоративного и предметного имиджа. Практические методики оценки имиджа.

Тема 7.

Устная публичная коммуникация. Особенности общения с аудиторией радио- и телевидения. Специфика радио- и телевизионной речи. Факторы, определяющие образ выступающего в глазах аудитории. Принципы организации радио- и телевизионной речи. Социальная и личностная ориентированность. Структурная организация выступления. Принципы диалогизации: вопросно-ответный комплекс, прямое и не прямое общение к собеседнику, оценка факта или события. Принцип интимизации: разговорная фразеология, стилистические фигуры, инверсия, риторические вопросы, разговорный синтаксис. Принцип удобства звукового восприятия: благозвучие, краткость фраз, эмоционально-насыщенная интонация и т.д. Телеинтервью, его фазы и типы. Тактики речевого поведения интервьюируемого. Качество речи интервьюируемого. Правила поведения перед микрофоном и телекамерой.

Список учебно-методических материалов, которые помогают обучающемуся организовать самостоятельное изучение тем (вопросов) дисциплины:

Основная литература:

1. Кузнецов И.Н. Бизнес-риторика / И.Н.Кузнецов. – 3-е изд. – М.: Издательско торговая корпорация «Дашков и Ко», 2008, 2009. – 408 с.
2. Введенская Л.А. Деловая риторика : учеб. пособие для вузов / Л. А. Введенская, Л. Г. Павлова. – 4-е изд. – М.; Ростов н/Д: Март, 2008. – 504 с.
3. Барышева А.Д. Этика и психология делового общения (сфера сервиса): учеб. пособие: рек. Мин. обр. РФ / А.Б. Барышева, Ю.А. Матюхина, Н.Г. Шередер. – М.: Альфа-М: ИНФРА-М, 2009. – 256 с.

Дополнительная литература:

1. Введенская Л.А. Деловая риторика : Учебное пособие для вузов / Л.А. Введенская, Л.Г. Павлова. – Ростов-на-Дону : Изд. центр "Март", 2000. – 512 с.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)

6.1. Перечень учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

Основная учебная литература:

1. Гуревич П.С. Психология рекламы [Электронный ресурс]: Учебник для студентов вузов / П.С. Гуревич. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. – 287 с. – URL: <http://znanium.com/bookread2.php?book=390343> (дата обращения: 16.06.2022),
2. Горчакова В.Г. Имиджелогия. Теория и практика [Электронный ресурс] : учеб. пособие для студентов вузов / В. Г. Горчакова. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2012. – 335 с. – URL: <http://znanium.com/bookread2.php?book=391202> (дата обращения: 16.06.2022).

Дополнительная учебная литература:

1. Марков А.А. Теория и практика массовой информации: Учебник / А.А. Марков, О.И. Молчанова, Н.В. Полякова. – М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. – 252 с. – 500 экз. <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=394706> (дата обращения: 16.06.2022).

2. Цвик В.Л. Телевизионная журналистика [Электронный ресурс] : учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 030601 "Журналистика". – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. – URL: <http://znanium.com/bookread2.php?book=394929> (дата обращения: 16.06.2022).

6.2. Перечень электронных библиотечных систем, современных профессиональных баз данных и информационных справочных систем

№ п/п	Наименование документа с указанием реквизитов
1	Договор на доступ к ЭБС ZNANIUM.COM между БашГУ в лице директора СФ БашГУ и ООО «Знаниум» № 3/22-эбс от 05.07.2022
2	Договор на доступ к ЭБС «ЭБС ЮРАЙТ» (полная коллекция) между БашГУ в лице директора СФ БашГУ и ООО «Электронное издательство ЮРАЙТ» № 1/22-эбс от 04.03.2022
3	Договор на доступ к ЭБС «Университетская библиотека онлайн» между БашГУ и «Нексмедиа» № 223-950 от 05.09.2022
4	Договор на доступ к ЭБС «Лань» между БашГУ и издательством «Лань» № 223-948 от 05.09.2022
5	Договор на доступ к ЭБС «Лань» между БашГУ и издательством «Лань» № 223-949 от 05.09.2022
6	Соглашение о сотрудничестве между БашГУ и издательством «Лань» № 5 от 05.09.2022
7	ЭБС «ЭБ БашГУ», бессрочный договор между БашГУ и ООО «Открытые библиотечные системы» № 095 от 01.09.2014 г.
8	Договор на БД диссертаций между БашГУ и РГБ № 223-796 от 27.07.2022
9	Договор о подключении к НЭБ и о предоставлении доступа к объектам НЭБ между БашГУ в лице директора СФ БашГУ с ФГБУ «РГБ» № 101/НЭБ/1438-П от 11.06.2019
10	Договор на доступ к ЭБС «ЭБС ЮРАЙТ» (полная коллекция) между УУНиТ в лице директора СФ УУНиТ и ООО «Электронное издательство ЮРАЙТ» № 1/23-эбс от 03.03.2023

Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (далее - сеть «Интернет»)

№ п/п	Адрес (URL)	Описание страницы
1	http://jurfa.narod.ru/archiv/5/rabct.pdf	Имидж журналиста

6.3. Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства

Наименование программного обеспечения
Windows XP Лицензионное соглашение MSDN. Государственный контракт №9 от 18.03.2008 г. ЗАО «СофтЛайн»
Office Standart 2007 Russian OpenLicensePack NoLevel Acdmc 137 / ЗАО «СофтЛайн Трейд». Государственный контракт от 18.03.2008
Kaspersky Endpoint Security950 /ООО «Смартлайн» Гражданско-правовой договор №44/013 от 06.12.2021

7. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Тип учебной аудитории	Оснащенность учебной аудитории
Читальный зал: помещение для самостоятельной работы	Учебная мебель, учебно-наглядные пособия, компьютеры
Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, учебная аудитория для проведения лекционных занятий, учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа, учебная аудитория для проведения практических (семинарских) занятий, учебная аудитория для проведения групповых и индивидуальных консультаций, учебная аудитория для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации	Учебная мебель, доска, проектор, экран для проектора, учебно-наглядные пособия