

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Локтионова Оксана Геннадьевна
Должность: проректор по учебной работе
Дата подписания: 14.03.2023 11:27:51
Уникальный программный ключ:
0b817ca911e6668abb13a5d426d39e5f1c11eabbf73e943df4a4851fda56d089

1

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Юго-Западный государственный университет»
(ЮЗГУ)

Кафедра коммуникологии и психологии

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по учебной работе
О.Г. Локтионова
« 8 » 03 2015 г.


ТЕХНОЛОГИИ ФОРМИРОВАНИЯ ОБЩЕСТВЕННОГО
МНЕНИЯ ПО АКТУАЛЬНЫМ ПРОБЛЕМАМ КОНФЛИКТНОГО
И МИРНОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ В ОБЩЕСТВЕ
Методические рекомендации для самостоятельной работы, в том
числе для подготовки к практическим занятиям,
студентов направления подготовки 37.03.02 Конфликтология
для всех форм обучения

Курск 2015

УДК 316.48

Составитель: С.В. Дюмина

Рецензент

Кандидат психологических наук, доцент *Чернышова О.В.*

Технологии формирования общественного мнения по актуальным проблемам конфликтного и мирного взаимодействия в обществе: методические рекомендации для самостоятельной подготовки к занятиям, в том числе для подготовки к практическим занятиям, студентов направления подготовки 37.03.02 Конфликтология / Юго-Зап. гос. ун-т; сост.: С.В. Дюмина. Курск, 2018. - 16 с.

Содержат информацию, необходимую студентам в процессе самостоятельной подготовки к занятиям по дисциплине, в том числе для подготовки к практическим занятиям.

Методические рекомендации соответствуют требованиям программы, утвержденной учебно-методическим объединением по специальности (УМО КФ).

Предназначены для студентов направления подготовки 37.03.02 Конфликтология очной и очно-заочной форм обучения.

Текст печатается в авторской редакции

Подписано в печать 2015г. Формат 60x84 1/16
Усл.печ.л. 0,93 Уч.-изд.л. 0,84 Заказ Тираж 100 экз. Бесплатно
Юго-Западный государственный университет
305040, г. Курск, ул. 50 лет Октября, 94

ПРЕДИСЛОВИЕ

Методические рекомендации разработаны с целью оказания помощи студентам направления подготовки 37.03.02 Конфликтология очной и очно-заочной форм обучения при самостоятельной подготовке к занятиям по дисциплине «Технологии формирования общественного мнения по актуальным проблемам конфликтного и мирного взаимодействия в обществе».

Методические рекомендации разработаны в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования направления подготовки 37.03.02 Конфликтология, утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации № 956 от 7 августа 2014 года.

Предлагаемые методические рекомендации содержат краткое содержание рассматриваемых тем дисциплины и задания для самоконтроля в тестовой форме и форме ситуационных задач по темам курса.

Студентам предлагается список учебной литературы по дисциплине и перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для самостоятельной подготовки к занятиям.

Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Основными видами аудиторной работы обучающихся являются лекции и практические занятия.

В ходе лекций преподаватель излагает и разъясняет основные, наиболее сложные понятия темы, а также связанные с ней теоретические и практические проблемы, дает рекомендации на практическое занятие и указания на самостоятельную работу.

Практические занятия завершают изучение наиболее важных тем учебной дисциплины. Они служат для закрепления изученного материала, развития умений и навыков подготовки докладов, сообщений, приобретения опыта устных публичных выступлений, ведения дискуссии, аргументации и защиты выдвигаемых положений, а также для контроля преподавателем степени подготовленности студентов по изучаемой дисциплине.

Практические занятия предполагают свободный обмен мнениями по избранной тематике. Занятие начинается со вступительного слова преподавателя, формулирующего цель занятия и характеризующего его основную проблематику. Затем, как правило, заслушиваются сообщения студентов. Обсуждение сообщения совмещается с рассмотрением намеченных вопросов. Сообщения, предполагающие анализ публикаций по отдельным вопросам семинара, заслушиваются обычно в середине занятия. Поощряется выдвижение и обсуждение альтернативных мнений. В заключительном слове преподаватель подводит итоги обсуждения и объявляет баллы выступавшим студентам. В целях контроля подготовленности студентов и привития им навыков краткого письменного изложения своих мыслей преподаватель в ходе практических занятий может осуществлять текущий контроль знаний в виде тестовых заданий.

При подготовке к занятию студенты имеют возможность воспользоваться консультациями преподавателя. Кроме указанных тем, студенты вправе, по согласованию с преподавателем, избирать и другие интересующие их темы.

Качество учебной работы студентов преподаватель оценивает в конце занятия.

При освоении данного курса студент может пользоваться библиотекой вуза, которая в полной мере обеспечена соответствующей литературой.

В процессе *подготовки к зачету* студенту следует руководствоваться следующими рекомендациями:

- необходимо стремиться к пониманию всего материала, чтобы еще до зачета не оставалось непонятных вопросов;
- необходимо строго следить за точностью своих выражений и правильностью употребляемых терминов;
- не следует опасаться дополнительных вопросов – чаще всего преподаватель использует их как один из способов помочь студенту или сэкономить время;
- прежде чем отвечать на вопрос, необходимо сначала правильно его понять.

Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам)

№ п/п	Раздел (тема) дисциплины	Содержание
1	2	3
1.	Общественное мнение как фактор, влияющий на конфликтность в обществе	Общественное мнение, его основные признаки и функции. Современные концепции общественного мнения. Субъекты общественного мнения. Субъекты и лидеры общественного мнения. Каналы (средства) формирования и функционирования общественного мнения. Основные этапы и социально-психологические механизмы взаимодействия людей в процессе формирования общественного мнения.
2	Технологии и законы влияния на общественное мнение. Информационные технологии формирования общественного мнения	Технологии и субъекты формирования общественного мнения. Законы влияния на общественное мнение Х. Кентрила. «Ловушки» общественного мнения. Модели формирования общественного мнения. Информационные технологии

		формирования общественного мнения (СМИ, Интернет, технологии, связанные с преобразованием и обработкой информации).
3	PR как технология формирования общественного мнения	Определение PR-деятельности. Задачи PR для внешней и внутренней среды. Связь PR с пропагандой. PR-технологии. «Белый», «серый» и «черный» PR, их особенности. Направления PR-деятельности. Деятельность государственных служб по связям с общественностью. Антикризисный PR.
4	Агитационно-пропагандистские и манипулятивные технологии управления общественным мнением	Понятие о пропаганде, агитации, манипуляции и их целях. Основные принципы и методы пропаганды. Этапы реализации технологии манипуляции. Методы и приемы манипулирования общественным мнением. Технология легитимации Дж. Овертона. Приемы противодействия манипулированию

Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Код компетенции / этап (указывается название этапа из п.6.1)	Показатели оценивания компетенции	Критерии и шкала оценивания компетенций		
		Пороговый уровень («удовлетворительно»)	Продвинутый уровень («хорошо»)	Высокий уровень («отлично»)
1	2	3	4	5
ПК-6 / завершающий	<i>1. Доля освоенных обучающимися знаний, умений, навыков от общего объема ЗУН, установ-</i>	Знать: отдельные приемы и методы формирования общественного мнения по актуальным проблемам	Знать: основные приемы, методы и технологии формирования общественного мнения по актуальным	Знать: основные приемы, методы и технологии формирования общественного мнения по

	<p><i>ленных в п.1.3 РПД</i></p> <p><i>2.Качество освоенных обучающимися знаний, умений, навыков</i></p> <p><i>3.Умение применять знания, умения, навыки в типовых и нестандартных ситуациях</i></p>	<p>конфликтного и мирного взаимодействия</p> <p>Уметь: выбирать отдельные эффективные и этически приемлемые методы формирования общественного мнения по актуальным проблемам конфликтного и мирного взаимодействия</p> <p>Владеть: навыками анализа отдельных аспектов актуальных проблем конфликтного и мирного взаимодействия</p>	<p>проблемам конфликтного и мирного взаимодействия</p> <p>Уметь: выбирать основные эффективные и этически приемлемые методы и технологии формирования общественного мнения по актуальным проблемам конфликтного и мирного взаимодействия</p> <p>Владеть: навыками анализа основных аспектов актуальных проблем конфликтного и мирного взаимодействия</p>	<p>актуальным проблемам конфликтного и мирного взаимодействия и специфику их использования</p> <p>Уметь: выбирать эффективные и этически приемлемые приемы, методы и технологии формирования общественного мнения по актуальным проблемам конфликтного и мирного взаимодействия</p> <p>Владеть: навыками системного анализа актуальных проблем конфликтного и мирного взаимодействия</p>
--	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Задания для самоконтроля по темам курса

1. Общественное мнение

Как фактор, влияющий на конфликтность в обществе

1. Субъектом общественного мнения является: а) индивид; б) семья; в) социальная общность.

2. В качестве объектов общественного мышления могут выступать: а) факты и явления; б) группа людей; в) знания.

3. Первые попытки измерения общественного мнения относятся: а) к первой половине XVI века; б) к первой половине XIX века; в) к 40-50 г.г. XX века.

4. Общественное мнение – это: а) отображение в духовной деятельности людей интересов, представлений различных социальных групп, классов, наций, общества в целом; б) состояние общественного сознания, заключающее явное или скрытое отношение социальной общности к явлениям, событиям и фактам общественной жизни, отражающее определенную коллективную позицию по проблемам, представляющим определенный интерес; в) способность группы находить решения задач более эффективные, чем лучшее индивидуальное решение в этой группе.

5. Конструктивное суждение это: а) выражение воли субъекта, его активного стремления изменить анализируемую и оцениваемую деятельность; б) анализ объекта, его взаимоотношения с другими социальными явлениями; в) определение значимости проблемы, сбор и анализ информации, выявление предпочтительных позиций.

6. Появление термина «общественное мнение» связывают с именем: а) Вильгельма I; б) Н. Микиавелли; в) У. Солсбери; г) Платона.

7. Государство, из которого термин «общественное мнение» получил свое дальнейшее распространение: а) Германская Империя; б) Франция; в) Англия; г) Венецианская республика.

8. Общественное мнение - это _____

9. Соотнесите между собой функции общественного мнения и их признаки.

- | | |
|---------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------|
| а) выражение определенной позиции общества по отношению к фактам и явлениям жизни общества; | 1) социальная функция; |
| б) обязательность для | 2) экспрессивная функция; |
| | 3) консультативная функция; |
| | 4) директивная функция. |

претворения в жизнь
 результатов опроса;
 в) функция общественного
 мнения, благодаря которой
 можно выявить слабые и
 сильные стороны различных
 позиций;
 г) данная функция выступает
 неким контролером,
 общественное мнение способно
 следить, чутко реагировать на
 принятие и выполнение
 правительственных решений,
 способствуя или тормозя их
 реализацию

10. Ситуационная задача. Многие известные в мире люди известны благодаря паблисити. Причем, такие приемы паблисити как скандалы, «сенсации», сплетни и слухи, то есть «негативное» паблисити часто играет основную роль в популяризации «звезд» шоу-бизнеса, предпринимателей или политиков. Слухи и сплетни об известных спортсменах, певцах и музыкантах, казалось бы, должны мешать им в работе и снижать доверие со стороны публики. Однако, благодаря «слиппер-эффекту», подобное «негативное» паблисити идет им на пользу, закрепляет «известность» и «запоминание». Многие это понимают и не обижаются на «желтую прессу», а наоборот, сами поощряют появление в прессе скандальных историй и сплетен.

Прочитайте описание одной из технологий формирования общественного мнения. Определите – функции, субъектов, средства и механизмы социально-психологического воздействия общественного мнения в данном случае.

2. Технологии и законы влияния на общественное мнение. Информационные технологии формирования общественного мнения

1. Технология формирования общественного мнения – это: а) технология по установления контакта с группой; б) технология установления определенной иерархии в обществе; в) совокупность приемов, способов, методов, направленных на выравнивание взглядов и убеждений; г) верно все выше указанное.

2. Субъектами формирования общественного мнения являются: а) личность; б) группа лиц, имеющая общую цель; в) система массовой информации; г) органы государственной власти, местного самоуправления.

3. Важную роль в процессе формирования общественного мнения играют: а) политические лица государства; б) средства массовой информации и Интернет; в) общественные объединения; г) армия.

4. Причина, по которой главенствующую роль в информационном пространстве играют средства массовой информации и Интернет: а) доступность; б) скорость передачи информации; в) важность передаваемой информации; г) системность передаваемой информации.

5. Какой элемент не включается в понятие средств массовой информации? а) радио; б) телевидение; в) мобильная связь; г) печать.

6. К основным социально-психологическим механизмам взаимодействия людей в процессе формирования общественного мнения относятся: а) внушение, убеждение, влияние авторитета; б) уровень образования, подражание; в) внушение, убеждение, подражание, психическое заражение, влияние авторитета.

7. Референтная группа - это: а) часть выразителей общественного мнения, влияние которой, в отличие от влияния лидеров мнения имеет в основном опосредованный характер; б) это авторитетные личности, должностные лица, социальные организации; в) группа, в которую входят представители политических партий.

8. 15 «законов», которые могут повлиять на общественное мнение, сформулировал _____

9. Установите правильную последовательность смены линийки отношения общественного мнения к тому или иному

явлению: политика, приемлемо, разумно, немислимо, популярно, радикально: 1____, 2____, 3____, 4____, 5____, 6____.

10. Ситуационная задача. Политические силы, заинтересованные в создании напряженности и провоцировании конфликтной ситуации в Крыму, периодически вбрасывают информацию об ущемлении прав и недовольстве крымских татар.

Сформулируйте основные вопросы для изучения общественного мнения крымских татар о ситуации в республике и проблемах народа. Определите способы и приемы представления результатов общественного мнения, которые будут способствовать созданию в сознании людей объективной, разносторонней и конструктивной картины происходящего.

3. PR как технология формирования общественного мнения

1. PR как учебная самостоятельная дисциплина стала преподаваться впервые в: а) США; б) России; в) Англии.

2. PR (в российской трактовке) - это: а) это управление всей совокупностью коммуникационных процессов, с целью обеспечить организации поддержку и понимание в обществе в целом и в особенности его целевой аудитории; б) особая функция управления, которая способствует установлению и поддержанию взаимопонимания и сотрудничества между организацией ее общественностью, помогает руководству быть своевременным и в полном объеме информировать о мнении общественности, вовремя реагировать на это мнение, быть готовым к любым изменениям; в) специальная человеческая деятельность на стыке научного знания и искусства, это коммуникативная деятельность, направленная на формирование и поддержание стабильных взаимовыгодных отношений между субъектом управления и его общественностью исключительно на основе информации.

3. «Серый» PR проявляется в: а) связи технологий с отказом от прямой фальсификации фактов и наличии обратных связей между теми, кто создаёт и передаёт информацию тем, кто её потребляет; б) использовании утечки информации из компетентных источников (органов власти), которая осуществляется для того,

чтобы «прощупать» настроение и мнение общества, выяснить реакцию общества на дальнейшие действия, для того чтобы скорректировать их в соответствии с выделенной реакцией.

4. К основным принципам «белого» PR НЕ относят принцип:
а) открытость информации; б) закрытость информации; в) получение выгоды теми, кто информирует и кто получает информацию.

5. Система информационно-технических действий, принципом которой является обеспечение реализации политических целей на основе более или менее уважительного отношения к гражданам, как к потребителям информации – это: а) PR-технологии; б) технологии агитации и пропаганды; в) политические технологии.

6. Коммерция и реклама – это: а) технологии PR; б) методы PR; в) приемы PR.

7. Антикризисный PR в значительной мере направлен на: а) создание репутационного капитала организации; б) разработку антикризисных мероприятий организации; в) разработку организационных мероприятий, уменьшающих воздействие кризиса на сотрудников организации.

8. Под целевой общественностью понимали две среды с разными интересами:

9. Укажите правильную последовательность исторической эволюции PR технологий: а) работа с кадрами и персоналом организации; б) общественная экспертиза; в) построение отношений со СМИ; г) создание благоприятного образа личности. 1_____2_____3_____4_____

10. Ситуационная задача. История государства является важной основой, объединяющей граждан этого государства. В истории России, как и в истории любой страны, есть крупные политические фигуры, деятельность которых носила сложный, противоречивый характер, включала в себя как позитивные, так и негативные аспекты. Одной из таких фигур, споры вокруг которой не утихают и по сей день, является И.В. Сталин. Внешние и внутренние силы, заинтересованные в создании внутривнутриполитической и социальной напряженности в России, в создании негативного общественного мнения о России у граждан

других государств, пытаются «протащить» идею о необходимости всеобщего покаяния россиян за этот период своей истории, проводят аналогию между сталинизмом и фашизмом.

Предложите информационные технологии формирования общественного мнения, которые будут способствовать созданию в сознании общественности объективного и разностороннего представления о роли В.И. Сталина в отечественной и мировой истории.

4. Агитационно-пропагандистские и манипулятивные технологии управления общественным мнением

1. Манипуляция сознанием – это: а) привлечение индивидов к активным действиям; б) оказание психологического давления на определенную группу лиц; в) фальсификация преподносимых фактов; г) воздействие на психику, которое производится скрытно, незаметно и, как правило, в ущерб лицам, на которых оно направленно.

2. Целью манипуляции сознанием является: а) контролирование манипулируемых лиц и управление их сознанием и поведением; б) закрепление определенных установок в психике; в) призыв группы к каким-либо действиям; г) все варианты не верны.

3. Главной задачей манипулятора является: а) установление контакта с обществом; б) ограничение контактов между разными группами лиц; в) ограничение доступа к информации, свободы выбора; г) кооперирование информации.

4. Внушение – это: а) оказание какой-либо услуги; б) запугивание; в) воздействие на психику человека; г) все варианты не верны.

5. Метод фрагментации – это: а) искажение поступающей информации; б) скрытие поступающей информации; в) предоставление только части информации о фактах; г) убеждение индивида в неправильности его действий.

6. Лигитимация – это: а) узаконение какого-либо нового политического режима; б) проведение мероприятий, которые связаны с привлечением граждан государства к активной

политической деятельности; в) узаконивание новых политических сил; г) все ответы неверны.

7. Технология легитимации в долгосрочной (стратегической) перспективе описана: а) Дж. Овертоном; б) К. Шмидтом; в) Дж. Цаллером.

8. «Зона Уэйта» - это _____

9. Соотнесите между собой названия и описания приемов формирования общественного мнения.

- | | |
|-----------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------|
| а) «звезда» принимает участие в рекламной кампании | 1. смещение акцента |
| б) использование готовых образов и стереотипов, не требующих работы мышления и сознания | 2. клиширование информации |
| в) использование однозначно положительных или отрицательных оценок людей и событий | 3. навешивание ярлыков |

10. Ситуационная задача. Объединение граждан страны для решения стоящих перед ней задач предполагает наличие политического деятеля, который способен консолидировать вокруг себя самые разнообразные группы людей. В настоящее время в качестве такой фигуры выступает президент Российской Федерации В.В. Путин.

Предложите PR-технологии формирования общественного мнения, которые будут способствовать созданию в сознании общественности позитивного образа политического лидера, способного объединить вокруг себя граждан всей страны.

Учебная литература, необходимая для самостоятельной подготовки к занятиям

1. Социальная психология [Текст]: учебное пособие : [для студентов, обучающихся по направлению 040100.62 – «Социология», профиль «Экономическая социология», 081100.62 – «Государственное управление»] / сост.: С. В. Сарычев, О. В. Чернышова. - Курск : Университетская книга, 2015. - 126 с.

2. Шарков, Ф.И. Общая конфликтология [Электронный ресурс]: учебник/Ф.И. Шарков. – Москва: Дашков и К, 2015. – 240 с. - Режим доступа: <http://biblioclub.ru>

3. Беленцов, С. И. Конфликтология [Текст]: учебное пособие: [для студентов направления подготовки бакалавров «Управление персоналом», «Антикризисное управление»] / С. И. Беленцов, Т. Ю. Копылова. - Курск: ЮЗГУ, 2014. - 187 с.

4. Беленцов, С.И. Профессиональная этика [Электронный ресурс] : учебное пособие : [по направлениям подготовки 031600.62 - Реклама и связи с общественностью, 030600.62 - История, 010400.62 - Прикладная математика, 031300.62 - Журналистика, 080101.65 - Экономическая безопасность, 034000.62 - Конфликтология] / С. И. Беленцов, Н. П. Шульгина ; Юго-Запад. гос. ун-т. - Курск : ЮЗГУ, 2015. - 181 с.

5. Взаимодействие власти и гражданского общества в контексте трансформации российского общества: от конфронтации к партнерству [Электронный ресурс] : монография / Л. И. Никовская [и др.] ; ЮЗГУ. - Курск : ЮЗГУ, 2014. - 426 с.

6. Конфликтология [Текст]: учебное пособие для бакалавров / отв. ред. канд. юрид. наук, доц. А. Я. Гуськов. - М.: Проспект, 2013. - 176 с.

7. Массовая коммуникация в современном мире: вызовы и перспективы [Электронный ресурс] : материалы Международной научно-практической конференции студентов, магистрантов и аспирантов, 16 декабря 2014 г., Курск / Юго-Зап. гос. ун-т ; отв. ред. О. В. Лагутина. - Курск, 2014. - 278 с.

8. Сальникова, Л.С. Современные коммуникационные технологии в бизнесе [Текст] : учебник для вузов по направлению подготовки (специальности) «Связи с общественностью» / Л. С.

Сальникова ; Моск. гос. ин-т междунар. отношений (Ун-т) МИД России. - Москва : Аспект Пресс, 2015. - 296 с.

9. Сарычев, С.В. Практикум по социальной психологии [Электронный ресурс] : учебное пособие : [для студентов, обучающихся по направлению 040100.62 – «Социология», профиль «Экономическая социология», 081100.62 – «Государственное управление»] / С. В. Сарычев, О. В. Чернышова. - Курск : Университетская книга, 2015. - 105 с.

10. Симоненко, Е.С. PR-менеджмент [Электронный ресурс] : учебно-методическое пособие : [для студентов направления 080500.62 «Бизнес-информатика»] / Е. С. Симоненко, О. В. Согачева ; Юго-Зап. гос. ун-т. - Курск : ЮЗГУ, 2015. - 147 с.

11. Степанов, Е. И. Современная конфликтология. Общие подходы к моделированию, мониторингу и менеджменту социальных конфликтов [Текст]: учебное пособие / Е. И. Степанов. - М.: ЛКИ, 2008. - 176 с.

Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для самостоятельной подготовки к занятиям по дисциплине

1. Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека онлайн: <http://www.biblioclub.ru/>

2. Электронно-библиотечная система «Лань» коллекции изданий гуманитарного профиля и периодические издания: <http://e.landbook.com/>

3. Электронная библиотека ЮЗГУ: <http://library.kstu.kursk.ru>