

ИНФОРМАЦИОННОЕ СОПРОВОЖДЕНИЕ ПРОЕКТА

ЗАНЯТИЕ №1

Лариса Львовна Черепанова,
доц. каф. журналистики
и массовых коммуникаций ПГНИУ, к.ф.н.

Что такое *проект*?

- **1.** Разработанный план сооружения, устройства чего-н. "П. моста"
- **2.** Предварительный текст какого-н. документа. "П. договора"
- **3.** *перен.* Замысел, план. "В проекте была экскурсия в горы"

Современное значение

Проект (от лат. projectus) – «брошенный вперёд»,
проектирование – процесс создания проекта.

- план создания какого-либо сооружения или устройства
- черновой документ, предварительный вариант документа
- замысел
- предприятие, инициатива, совокупность мероприятий и объектов, связанных с решением масштабной деловой задачи
- **Синонимы**
- план
- черновик, набросок
- намерение, умысел, замысел, задумка, план, прожект
- инициатива, предприятие

1. Актуальный смысл в рамках курса?
2. Ключевые слова?

Предприятие, инициатива, совокупность мероприятий и объектов, *связанных с решением масштабной деловой задачи*

Логика развития событий

- 1. Идея и ее разработка
- 2. Поиск заинтересованной аудитории
- 3. Информирование о проекте с учетом интересов аудитории, речевых, психологических и проч. особенностей ее коммуникации и приоритетных коммуникационных каналов
- 4. Реализация
- ...

Идея и ее разработка

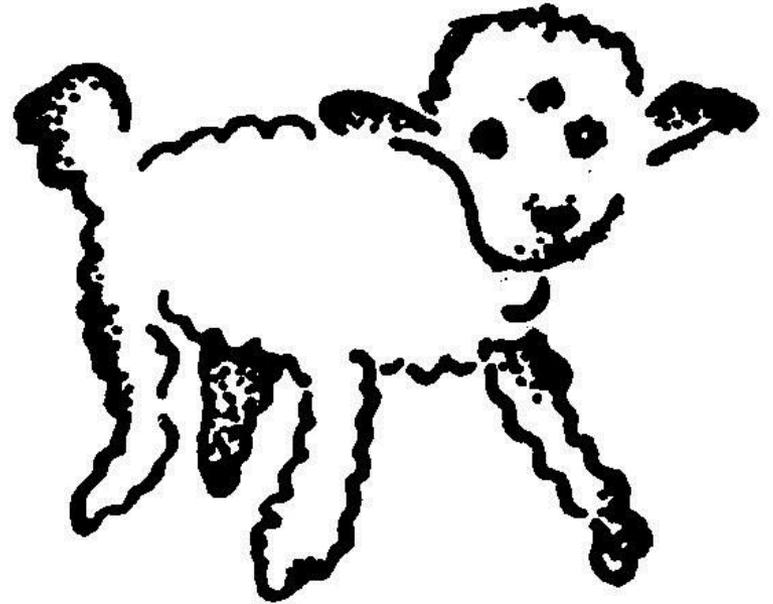
- Учет внешних (объективных) условий
- Опора на субъективные возможности
- Постановка актуальной достижимой цели, планирование поэтапных задач
- Поиск источников финансирования
- Оценка жизнеспособности проекта
- Планирование продвижения (маркетинг)

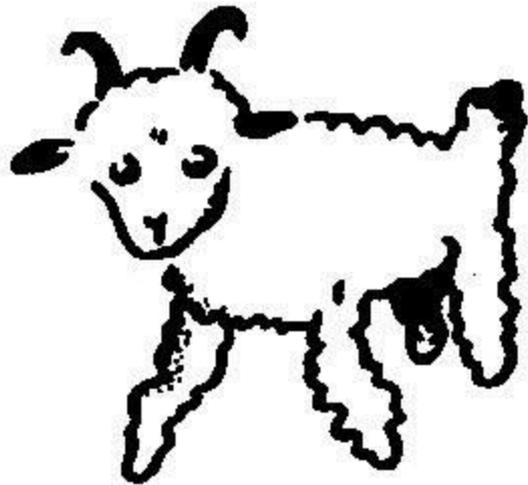
Поиск заинтересованной аудитории

Все люди **РАЗНЫЕ**, поэтому они
НЕОДИНАКОВО понимают сказанное/
предложенное / увиденное и т.д.

Антуан де Сент-Экзюпери «Маленький принц»

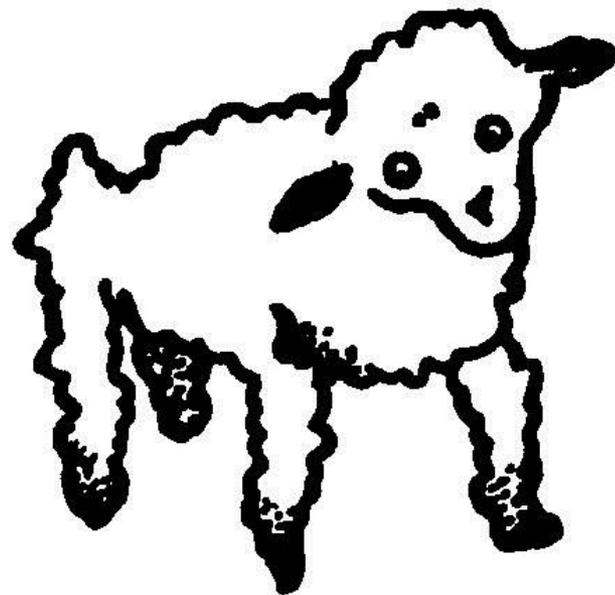
- - Нарисуй мне **барашка**, -
попросил
Маленький принц.
- И я нарисовал.
- - Нет, этот **барашек**
совсем хилый.

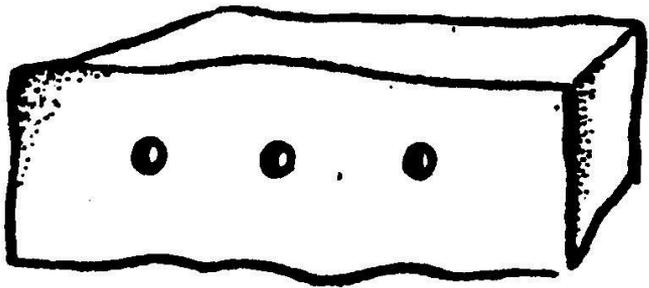




- Ты же сам
видишь, - сказал
он, - это **не**
барашек. Это
большой баран. У
него рога...

- - Этот **слишком**
старый.





- Вот тебе ящик. В нем сидит **ТВОЙ** барашек.
- Вот **ТАКОГО МНЕ** и надо!

3. Информирование о проекте

- учет интересов аудитории,
- ее речевых, психологических и проч. особенностей ее коммуникации
- *Предпочитаемых аудиторией (актуальных для аудитории) коммуникационных каналов*

Современная информационная среда. Медиа технологии



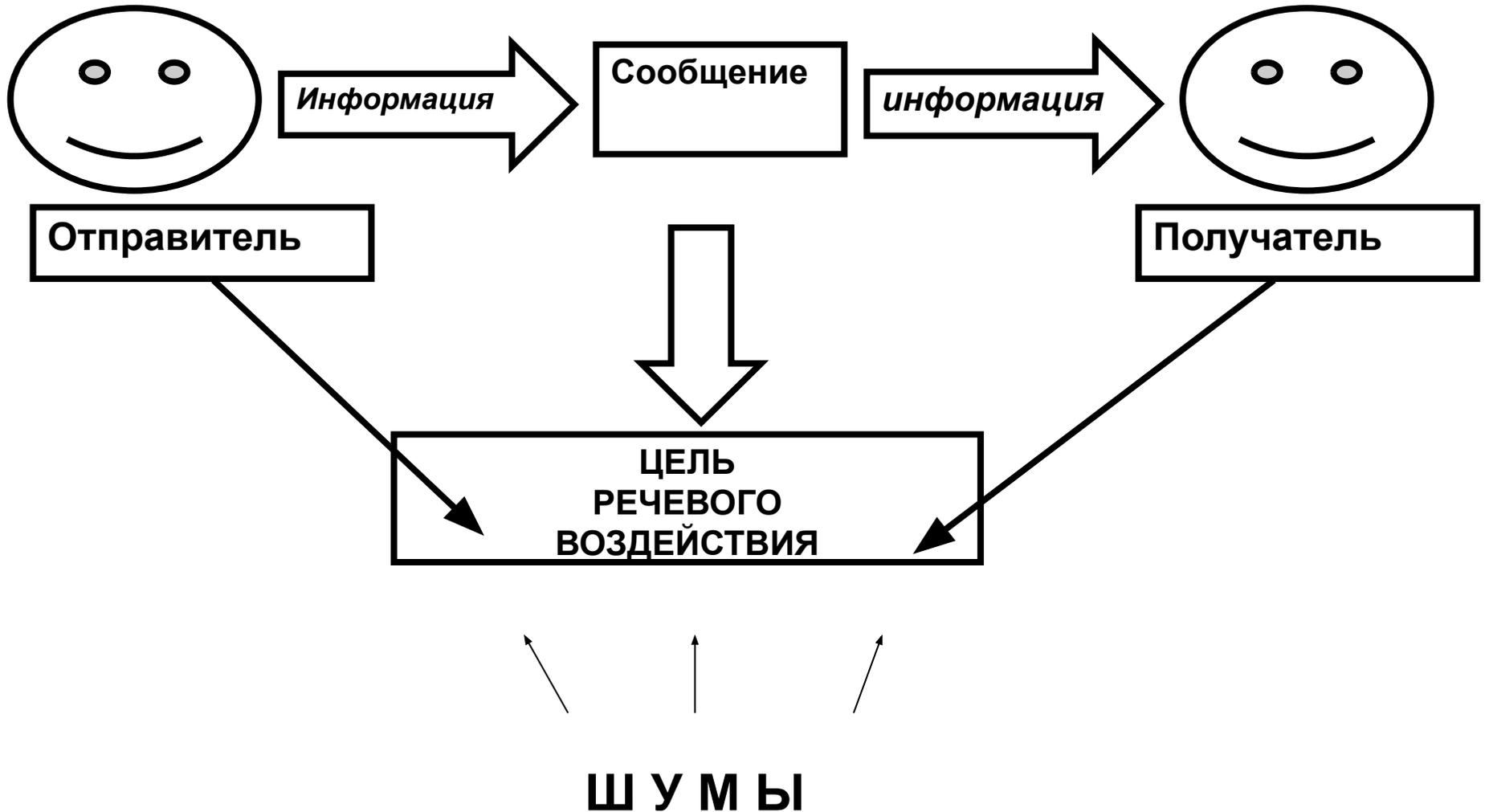
Единая медиасреда

- Возникает при взаимодействии всех видов медиа.
- Становится мощным проводником информации, идей и знаний.
- Создает новые возможности для информационных, маркетинговых подходов к решению производственных задач через построение социальных коммуникаций, направленных на развитие общественных связей.

Медиа - это

- *традиционные* медиаканалы коммуникации: печать, телевидение, радио;
- *новые* медиакоммуникационные средства: социальные сети, интернет

Схема речевого воздействия



ПОМЕХИ = ШУМЫ

- 1. ОБЪЕКТИВНЫЕ:** КАЧЕСТВО СВЯЗИ
(ТЕХНИЧЕСКОГО ХАРАКТЕРА)
- 2. СУБЪЕКТИВНЫЕ:** ЧЕЛОВЕЧЕСКИЙ
ФАКТОР
 - ОСОБЕННОСТИ АУДИТОРИИ (И
ВОСПРИЯТИЯ ЕЮ ИНФОРМАЦИИ)
 - ОСОБЕННОСТИ АВТОРА (И
РЕЗУЛЬТАТА ЕГО РАБОТЫ –
СОЗДАНИЯ ТЕКСТА)

**ОСОБЕННОСТИ МАССОВОЙ АУДИТОРИИ (И
ВОСПРИЯТИЯ ЕЮ ТЕКСТОВОЙ
ИНФОРМАЦИИ)
= ШУМЫ**

- ВОЗРАСТ, ПОЛ, СОЦИАЛЬНЫЙ СТАТУС, ПРОФЕССИЯ;
 - УРОВЕНЬ ОБРАЗОВАНИЯ, КРУГ ИНТЕРЕСОВ, ОБЪЕМ ЗНАНИЙ;
 - НАЛИЧИЕ ВРЕМЕНИ, ВНИМАНИЯ, ИНТЕРЕСА К ИНФОРМАЦИИ;
 - ОЖИДАНИЯ ОТНОСИТЕЛЬНО РАБОТЫ СМИ
- И ДР.

ОСОБЕННОСТИ АВТОРА (И РЕЗУЛЬТАТА ЕГО РАБОТЫ – СОЗДАНИЯ ТЕКСТОВОЙ ИНФОРМАЦИИ)

ЛИЧНОСТНЫЕ КАЧЕСТВА +
ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КАЧЕСТВА

= ПРОФЕССИОНАЛИЗМ:

- ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ ЗНАНИЯ;
- ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ НАВЫКИ
(КОМПЕТЕНЦИИ);
- ЗНАНИЕ АУДИТОРИИ, ЕЕ ПОТРЕБНОСТЕЙ,
ОСОБЕННОСТЕЙ, ТРЕБОВАНИЙ,
ПРЕДЪЯВЛЯЕМЫХ К РАБОТЕ АВТОРА
ТЕКСТА (= ЕЕ ОЖИДАНИЙ)

РЕАЛИЗАЦИЯ **ВОЗДЕЙСТВИЯ** ТЕКСТА НА АУДИТОРИЮ

- ВОЗДЕЙСТВИЕ [АВТОР + ТЕКСТ] = (~~≠~~)
- ВОСПРИЯТИЕ [АУДИТОРИЯ + ТЕКСТ]
ЭФФЕКТИВНО (НЕЭФФЕКТИВНО)

4. Реализация: Информационное сопровождение деятельности = создание "информационного шума" в интернете и off-line СМИ:

- определение целевых аудиторий и приоритетных каналов коммуникации
- медиапланирование
- подготовку новостных поводов, рейтинг пресс-материалов
- инициирование публикаций в СМИ
- подготовку PR- и промо-акций
- разработку и проведение отраслевых и региональных PR-кампаний;
- подготовку и проведение пресс-мероприятий: пресс-туры, пресс-ланчи, пресс-конференции и брифинги и т.д.
- информационную кампанию в социальных сетях (SMO)
- подготовку и проведение видеоконференций, вебинаров
- пресс-клиппинг (подбор публикаций в печатных СМИ и в Интернете за указанный период времени, в которых упоминается определенная организация или персона, освещается конкретное мероприятие) и анализ эффективности информационной кампании