

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ  
ТОМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ (НИ ТГУ)

Факультет психологии

УТВЕРЖДЕНО:  
Декан  
В.В. Мацура

Рабочая программа дисциплины

**Технологии защиты и воздействия в информационно-коммуникативной среде**

по направлению подготовки / специальности

**42.03.01 Реклама и связи с общественностью**

Направленность (профиль) подготовки/ специализация:  
**Реклама и связи с общественностью: цифровые и сетевые коммуникации**

Форма обучения  
**Очная**

Квалификация  
**Специалист по рекламе и связям с общественностью**

Год приема  
**2025**

СОГЛАСОВАНО:  
Руководитель ОП  
И.В. Гужова

Председатель УМК  
М.А. Подойницына

Томск – 2025

## **1. Цель и планируемые результаты освоения дисциплины**

Целью освоения дисциплины является формирование следующих компетенций:

УК-2. Способен анализировать основные этапы и закономерности исторического развития России, понимать ее место и роль в современном мире, формировать представление об особенностях российской национальной идентичности.

ОПК-6. Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности.

ПК-3. Способен разработать стратегию продвижения в информационно-телекоммуникационной сети интернет.

Результатами освоения дисциплины являются следующие индикаторы достижения компетенций:

РООПК-6.1 Знает эффективные приемы и методы информационных технологий и способы их применения в профессиональной деятельности

РООПК-6.2 Умеет выбирать наиболее эффективные приемы и методы современных информационных технологий и использовать их в профессиональной деятельности

РОПК-3.1 Знает способы поиска, выбора эффективных каналов и средств для реализации стратегии продвижения в интернет

РОПК-3.2 Умеет разрабатывать стратегию продвижения в интернет

РОУК-2.2 Умеет анализировать основные этапы и закономерности развития России в контексте мировой истории, раскрывать исторические причины и следствия развития российской территориальной, государственной, культурной, национальной и конфессиональной динамики, российские государственные интересы и роль России в мировой политике, критически осмысливать международную ситуацию, аргументированно обосновывать позицию относительно различных трактовок российской истории

## **2. Задачи освоения дисциплины**

– Освоить понятийный аппарат концепций информационно-коммуникативного общества.

– Научиться применять понятийный аппарат современных информационных технологий и различные стратегии продвижения для решения практических задач профессиональной деятельности в информационно-телекоммуникационной сети интернет.

## **3. Место дисциплины в структуре образовательной программы**

Дисциплина относится к Блоку 1 «Дисциплины (модули)».

Дисциплина относится к части образовательной программы, формируемой участниками образовательных отношений, является обязательной для изучения.

## **4. Семестр(ы) освоения и форма(ы) промежуточной аттестации по дисциплине**

Седьмой семестр, зачет с оценкой

## **5. Входные требования для освоения дисциплины**

Для успешного освоения дисциплины требуются результаты обучения по следующим дисциплинам: «Основы российской государственности», «История России», «Теория и практика рекламы и связей с общественностью: цифровые и сетевые коммуникации», «Дизайн в сфере цифровых коммуникаций», «Технологии разработки рекламного продукта», «Организация работы отделов по связям с общественностью и рекламы», «Новые технологии интегрированных маркетинговых коммуникаций в бизнесе и предпринимательстве», «Продвижение в социальных медиа (SMM)», «SMM-стратегия SMM-стратегия», «Таргетинг», «Комьюнити-менеджмент», «Сетевые сообщества и субкультуры», «Основы социальных медиа».

## **6. Язык реализации**

Русский

## **7. Объем дисциплины**

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 з.е., 144 часов, из которых:

-лекции: 14 ч.

-практические занятия: 28 ч.

в том числе практическая подготовка: 0 ч.

Объем самостоятельной работы студента определен учебным планом.

## **8. Содержание дисциплины, структурированное по темам**

### **Тема 1. Введение в курс.**

Цели и задачи учебного курса. Понятийный аппарат курса. Информационно-коммуникативная среда, технологии информационной защиты, технологии информационного воздействия, стратегические социально-политические коммуникации, информационные войны, онтология цифрового сетевого общества, социальные сети и мессенджеры, «сетевая» молодёжь (поколения «Y» и «Z»), культурные коды, знаки и символы, сетевой профайлинг, модели реализации коммуникаций, информация: различные подходы к её пониманию и классификации, др.

### **Тема 2. Информационная безопасность в защите национальных интересов в цифровую эпоху.**

Определение информационной безопасности и ее значения для обеспечения национальных интересов. Основные угрозы информационной безопасности в цифровую эпоху: кибератаки, хакерские атаки, кибершпионаж и др. Международное сотрудничество в сфере информационной безопасности.

### **Тема 3. Знания об инфвойнах как условие информационно-коммуникативной безопасности.**

Понятия информационных войн и информационно-коммуникативной безопасности. Классификация информационных войн. «Поколенческий» принцип классификации информационных войн. Эволюция информационных войн. Социальные сети как пространство реализации стратегических коммуникаций и ведения меметических войн. Научные концепции как основания для понимания механизмов современных информационных войн.

### **Тема 4. Ценностная дезориентация как цель и результат информационного противостояния.**

Социокультурные ценности общества как объект информационных атак. Технологии и средства достижения ценностной дезориентации. Информационные атаки в «войнах памяти».

### **Тема 5. Информационное противодействие и психология человека.**

Методы и приемы психологического воздействия и манипуляции в информационном противостоянии. Информационный пузырь» как фактор психологической дезадаптации. - Как не стать объектом психологического воздействия в информационной войне.

### **Тема 6. Когнитивные войны как борьба за картину мира.**

Как сетевые технологии помогают добиваться максимального эффекта в когнитивном «наступлении». Оружие и мишени когнитивной войны. Когнитивные войны прошлого и будущего: можно ли выйти победителем?

### Тема 7. Мифодизайн и информационно-коммуникативное противостояние.

Мифология идеологии в контексте информационного противостояния, в т.ч. в информационных войн. Конструирование мифа и противостояние его «героев». Возможен ли отказ от идеологем в инфовойнах?

### Тема 8. Искусственный интеллект в информационном противоборстве.

Применение технологий искусственного интеллекта (ИИ) в информационном противоборстве. Цели создания и распространения дипфейков в контексте информационного противоборства. Фактчекинг как инструмент развития критического мышления.

### Тема 9. Социологические аспекты информационного противостояния..

Информационная работа в кризисных условиях, информационное противостояние и информационные войны: взгляд социолога, полипарадигмальность, социологический объект изучения. Дискуссионные вопросы: что происходит с социумом, социальными группами и институтами во время информационных войн с точки зрения классической и современной социологии; какие социологические методы применяются для изучения, ведения и поддержки информационных войн/информационного противостояния. Анализ кейсов.

### Тема 10. «Профессиограмма» специалиста по информационно-коммуникативному противостоянию в цифровой среде.

Введение в профессию специалиста по информационно-коммуникативному противостоянию. Компетенции специалиста по информационно-коммуникативному противостоянию. Методы и инструменты работы специалиста по информационно-коммуникативному противостоянию.

### Тема 11. Аудит инфополя и технологии конкурентной разведки в интернет.

Введение в аудит инфополя и конкурентную разведку. Роль и значение конкурентной разведки в современной политике и бизнесе. Технологии аудита инфополя. Инструменты конкурентной разведки в интернете. Этика и безопасность в конкурентной разведке.

### Тема 12. Фактчекинг: технологии верификации информации в эпоху искусственного интеллекта.

Определение понятия фактчекинга. Цели и задачи фактчекинга в современном информационном пространстве. Роль фактчекинга в борьбе с дезинформацией и фейками. Основные методы верификации информации. Применение технологий искусственного интеллекта в верификации информации. Инструменты и ресурсы фактчекинга. Оценка надежности и достоверности информационных источников. Развитие критического мышления и информационной грамотности.

### Тема 13. Профилизация целевой аудитории.

Цели профилирования целевой аудитории и преимущества правильно составленного профиля. Исследование рынка и ЦА. Сегментация целевой аудитории. Создание портретов и профилей целевой аудитории. Методы оценки эффективности профилирования целевой аудитории.

### Тема 14. Менеджмент стратегических коммуникаций в цифровой среде.

Управление стратегическими коммуникациями как вид профессиональной деятельности. Цифровая аналитика и метрики эффективности. Кризис-менеджмент. Онлайн-репутация и кризисное управление.

Тема 15. Технологии психологического воздействия в сетевом цифровом информационном пространстве.

Техники и инструменты психологического воздействия в цифровом пространстве. Этика и ответственность в использовании технологий психологического воздействия.

Тема 16. Технологии управления общественным мнением в цифровом сетевом обществе.

Понятие общественного мнения и его значение для формирования общественного сознания. Роль цифровых технологий в формировании и управлении общественным мнением. Социальные сети и их роль в управлении общественным мнением. Основные технологии управления общественным мнением в цифровом сетевом обществе.

Тема 17. Цифровые контент-стратегии в условиях информационно-коммуникативного противостояния.

Основные цели и задачи формирования контент-стратегии для успешного противостояния в информационном пространстве. Формулирование целей и стратегии цифровой коммуникации в рамках информационного противостояния. Выбор цифровых платформ и каналов распространения контента для эффективного воздействия на целевую аудиторию. Особенности создания контента для цифровых платформ в условиях информационно-коммуникативного противостояния.

Тема 18. Основы кибербезопасности в контент-менеджменте.

Роль и значение кибербезопасности в сфере контент-менеджмента. Основные принципы и подходы к обеспечению безопасности данных. Рекомендации по информационной безопасности в контент-менеджменте.

Тема 19. Создание контента как основной инструмент борьбы с фейковыми новостями и недостоверной информацией в социальных сетях.

Определение основных характеристик фейковых новостей. Роль социальных сетей в распространении недостоверной информации. Основные подходы к созданию контента, способного противостоять фейкам. Правила создания контента, которые уменьшают вероятность распространения фейков. Стратегии использования текстового контента для опровержения и борьбы с недостоверной информацией. Кейсы успешных кампаний по борьбе с фейковыми новостями с помощью контента.

Тема 20. Нейросети и их применение в сфере информационно-коммуникативного противостояния в цифровой среде.

Роль нейросетей в информационно-коммуникативном противостоянии. Возможности и перспективы использования нейросетей в борьбе с дезинформацией и фейковыми новостями. Применение нейросетей для анализа и классификации изображений. Кейсы успешного применения нейросетей в обработке текстов и изображений для обеспечения информационной безопасности. Доверие к результатам работы нейросетей: преимущества и ключевые риски. Использование нейросетей для распознавания объектов, классификации изображений и сегментации синтетического контента в контексте информационно-коммуникативного противостояния в цифровой среде. Применение нейросетей для детекции дефектов, аномалий и других особенностей на синтетических изображениях.

Тема 21. Защита итогового проекта.

Защита слушателями итоговой проектной работы: описание возможных (или реально существующих) коммуникационных проектов для базового субъекта с применением технологий коммуникативной защиты и воздействия.

### **9. Текущий контроль по дисциплине**

Текущий контроль по дисциплине проводится путем контроля посещаемости, выполнения домашних заданий и фиксируется в форме контрольной точки не менее одного раза в семестр.

Оценочные материалы текущего контроля размещены на сайте ТГУ в разделе «Информация об образовательной программе» - <https://www.tsu.ru/sveden/education/eduop/>.

#### **Перечень заданий**

Практическое задание №1 «Ситуационный анализ информационно-сетевых коммуникаций».

Практическое задание №2 «Разработка стратегии коммуникационного проекта».

Практическое задание №3 «Контент- и промт-менеджмент».

Практическое задание №4 «Разработка визуального контента с помощью ГИИ».

Практическое задание №5 «КПИ коммуникационного проекта».

За каждое задание студент получает 1 балл (зачтено), 0 баллов (не зачтено). Для допуска к промежуточной аттестации студент должен набрать минимум 3 балла.

### **10. Порядок проведения и критерии оценивания промежуточной аттестации**

Зачет с оценкой в седьмом семестре проводится в форме защиты итогового проекта. Продолжительность зачета с оценкой 1 час.

Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации размещены на сайте ТГУ в разделе «Информация об образовательной программе» - <https://www.tsu.ru/sveden/education/eduop/>.

### **11. Учебно-методическое обеспечение**

а) Электронный учебный курс по дисциплине в электронном университете «Moodle» - <https://moodle.tsu.ru/course/view.php?id=00000>

б) Оценочные материалы текущего контроля и промежуточной аттестации по дисциплине.

в) План семинарских / практических занятий по дисциплине.

г) Методические указания по подготовке итогового проекта.

### **12. Перечень учебной литературы и ресурсов сети Интернет**

а) основная литература:

1. Ачкасова В. А. GR и лоббизм: теория и технологии : учебник для вузов / В. А. Ачкасова [и др.] ; под редакцией В. А. Ачкасовой, И. Е. Минтусова, О. Г. Филатовой.. - Москва: Юрайт, 2023. - 438 с.
2. Ильяхов М. Ясно, понятно: как доносить мысли и убеждать людей с помощью слов : Практическое пособие. - Москва : ООО "Альпина Паблишер", 2021. - 448 с.
3. Кузнецов И. Риторика: Учебное пособие / Белорусский государственный университет. - Москва: Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2020. - 558 с.
4. Мухаев Р. Медиаполитика: Учебник / Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова. - Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2020. - 401 с.
5. Непряхин Н. Анатомия заблуждений. Большая книга по критическому мышлению, 2020 (аудио версия книги) URL: [https://archive.org/details/07-31\\_202111](https://archive.org/details/07-31_202111)

6) дополнительная литература:

1. Гавра Д.П. Социально-коммуникативные технологии: сущность, структура, функции // Петербургская школа PR и рекламы: от теории к практике. Вып. 1: Сб. статей / Отв. ред. А.Д. Кривоносов. – СПб.: Роза мира, 2003 г. – С. 28-47.
  2. Беззубцев С. Слухи, которые работают на вас. – СПб., 2003.
  3. Кужелева-Саган И.П. Социальные сети как пространство реализации стратегических коммуникаций и ведения меметических войн // Коммуникология, 2022, №1, С.65-79.
  4. Кужелева-Саган И.П. Концепции П. Бурдье, Ж. Лакана и Р. Познера как основания для понимания механизмов современных информационных войн // Коммуникология, 2023, №3, С.42-62.
  5. Ольшевский А.С. Антикризисный PR и консалтинг. – СПб: Питер, 2003. – 426с.
  6. Чумиков А.Н. Российско-украинское противостояние 2022 г.: конфликтологическая экспертиза. //Журналист. Социальные коммуникации, 2022, № 3 (47), С. 20-31.
- б) ресурсы сети Интернет:
1. Архив научных журналов НЭИКОН <https://archive.neicon.ru>
  2. База данных Ассоциации директоров по коммуникациям и корпоративным медиа России <http://www.corpmedia.ru/>
  3. База данных Ассоциации коммуникационных агентств России (АКАР) <http://www.akarussia.ru/node/5025>
  4. База данных национальной платформы открытого образования <https://openedu.ru/course/>
  5. База данных Российской Ассоциации маркетинговых услуг (РАМУ) <http://www.ramu.ru/ramu-program.php>
  6. Журнал «Пресс-служба» <http://press-service.ru/>
  7. Журнал «Связь с общественностью в государственных структурах» <http://www.gospr.ru>
  8. Информационно-справочные материалы Международного пресс-клуба <http://www.pr-club.com/>
  9. КиберЛенинка, научная электронная библиотека (OpenScience) <https://cyberleninka.ru/>
  10. Российский информационно-аналитический портал в области науки, технологии, медицины и образования [www.elibrary.ru](http://www.elibrary.ru)
  11. Электронный каталог Научной библиотеки ТГУ <http://www.lib.tsu.ru/>

### **13. Перечень информационных технологий**

а) лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение:

– Microsoft Office Standart 2013 Russian: пакет программ. Включает приложения: MS Office Word, MS Office Excel, MS Office PowerPoint, MS Office On-eNote, MS Office Publisher, MS Outlook, MS Office Web Apps (Word Excel MS PowerPoint Outlook);  
– публично доступные облачные технологии.

б) информационные справочные системы:

– Электронный каталог Научной библиотеки ТГУ –  
<http://chamo.lib.tsu.ru/search/query?locale=ru&theme=system>  
– Электронная библиотека (репозиторий) ТГУ –  
<http://vital.lib.tsu.ru/vital/access/manager/Index>  
– ЭБС Лань – <http://e.lanbook.com/>  
– ЭБС Консультант студента – <http://www.studentlibrary.ru/>  
– Образовательная платформа Юрайт – <https://urait.ru/>  
– ЭБС ZNANIUM.com – <https://znanium.com/>  
– ЭБС IPRbooks – <http://www.iprbookshop.ru/>

- Справочно-информационный портал ГРАМОТА.РУ - [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://gramota.ru/>
- Электронно-библиотечная система национального исследовательского Томского государственного университета [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.lib.tsu.ru/ru>
- Энциклопедия маркетинга. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.marketing.spb.ru>

в) профессиональные базы данных:

- Университетская информационная система РОССИЯ – <https://uisrussia.msu.ru/>
- Единая межведомственная информационно-статистическая система (ЕМИСС) – <https://www.fedstat.ru/>
- РосНавык — мониторинг рынка труда в России - <https://rosnavyk.ru/>

#### **14. Материально-техническое обеспечение**

Аудитории для проведения занятий лекционного типа.

Аудитории для проведения занятий семинарского типа, индивидуальных и групповых консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.

Помещения для самостоятельной работы, оснащенные компьютерной техникой и доступом к сети Интернет, в электронную информационно-образовательную среду и к информационным справочным системам.

Проекторы во всех аудиториях, где проводятся лекционные и семинарские занятия; другая техника для презентаций учебного материала.

Аудитории для проведения занятий лекционного и семинарского типа индивидуальных и групповых консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации в смешенном формате («Актру»).

#### **15. Информация о разработчиках**

Спичева Дина Ивановна, к. филос.н., КСК ФП НИ ТГУ, доцент.