

МИНОБРНАУКИ РОССИИ



Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«**Российский государственный гуманитарный университет**»
(ФГБОУ ВО «РГГУ»)

ИНСТИТУТ МАССМЕДИА И РЕКЛАМЫ
ФАКУЛЬТЕТ РЕКЛАМЫ И СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ
Кафедра интегрированных коммуникаций и рекламы

МЕДИАКОММУНИКАЦИИ В ГОСУДАРСТВЕННОМ УПРАВЛЕНИИ И ПОЛИТИКЕ

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

42.03.05. Медиакоммуникации

Код и наименование направления подготовки/специальности

Медиакоммуникации и управление корпоративным медиа

Наименование направленности (профиля)/ специализации

Уровень высшего образования: *бакалавриат*

Форма обучения: *очная*

РПД адаптирована для лиц
с ограниченными возможностями
здоровья и инвалидов

Москва 2022

Медиакоммуникации в государственном управлении и политике
Рабочая программа дисциплины (модуля)

Составитель(и):

Преподаватель кафедры медиакоммуникаций Герцев Н.Э.

УТВЕРЖДЕНО

Протокол заседания кафедры медиакоммуникаций
№ 6 от 17.03.2022 г.

ОГЛАВЛЕНИЕ

1. Пояснительная записка
 - 1.1. Цель и задачи дисциплины
 - 1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций
 - 1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы
2. Структура дисциплины
3. Содержание дисциплины
4. Образовательные технологии
5. Оценка планируемых результатов обучения
 - 5.1 Система оценивания
 - 5.2 Критерии выставления оценки по дисциплине
 - 5.3 Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине
6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины
 - 6.1 Список источников и литературы
 - 6.2 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».
7. Материально-техническое обеспечение дисциплины
8. Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов
9. Методические материалы
 - 9.1 Планы семинарских/ практических/ лабораторных занятий

Приложение 1. Аннотация рабочей программы дисциплины

Пояснительная записка

1.1. Цель и задачи дисциплины

Цель дисциплины – сформировать представление о возможностях использования медиакоммуникаций для решения задач, стоящих перед органами власти и субъектами политической деятельности.

Задачи дисциплины:

- рассмотреть тезаурус дисциплины;
- рассмотреть современные особенности функционирования медиасистемы в политическом поле России и зарубежных стран;
- раскрыть особенности взаимодействия политических субъектов посредством медиакоммуникации;
- изложить особенности использования медиа для решения политических задач в рамках политических технологий, рассмотреть приемы манипулятивного воздействия на аудиторию посредством СМИ;
- рассмотреть роль медиакоммуникаций при составлении и реализации государственных стратегий;
- изучить технологии проведения информационных кампаний для достижения политических и государственных целей.

1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций

Компетенция (код и наименование)	Индикаторы компетенций (код и наименование)	Результаты обучения
ОПК-1. Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	ОПК-1.2. Осуществляет подготовку текстов медиапродуктов и иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем;	<p><i>Знать:</i> основные технологии создания востребованных в сфере политики и госуправления медиапродуктов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем</p> <p><i>Уметь:</i> опираясь на знания технологий, создавать медиатексты и медиапродукты, востребованные в сфере политики и госуправления в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем</p> <p><i>Владеть:</i> навыками, позволяющими создавать востребованные в сфере политики и госуправления медиапродукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем</p>
ОПК-2. Способен учитывать тенденции	ОПК- 2.1. Знает систему	<i>Знать:</i> суть политических процессов и отношений, основные

<p>развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах</p>	<p>общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития;</p>	<p>особенности устройства системы общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития <i>Уметь:</i> учитывать особенности устройства системы общественных и государственных институтов при создании медиатекстов, медиапродуктов и коммуникационных продуктов <i>Владеть:</i> технологиями профессиональной деятельности, а также методами анализа политических и общественных процессов, позволяющими создавать коммуникационные продукты</p>
	<p>ОПК-2.2. Соблюдает принцип объективности в создаваемых медиапроектах и (или) медипродуктах при освещении деятельности общественных и государственных институтов</p>	<p><i>Знать:</i> технологии подготовки медиатекстов, понимать основные функции медиапродуктов, а также знать спектр задач, решаемых с их помощью <i>Уметь:</i> разрабатывать коммуникационные продукты с учетом особенностей устройства политической системы, организовывать работу по освещению деятельности общественных и государственных институтов <i>Владеть:</i> современным инструментарием по созданию коммуникационных продуктов, алгоритмами подготовки текстов медиапродуктов и иных коммуникационных продуктов</p>
<p>ОПК-4. Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности</p>	<p>ОПК-4.1. Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп</p>	<p><i>Знать:</i> основные функции средств массовой информации в системе социально-политических отношений, понимать содержание понятия «аудитория медиапродукта», а также основные средства ее анализа <i>Уметь:</i> оценивать аудиторию медиапродуктов, выявлять ее потребности и запросы, замерять эффективность медиакommunikации <i>Владеть:</i> средствами измерения</p>

		аудитории медиапродуктов, а также технологиями влияния на ключевые показатели измерения аудитории
--	--	---

1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Медиакоммуникация в политике и государственном управлении» относится к базовой части дисциплин учебного плана.

Для освоения дисциплины необходимы знания, умения и владения, сформированные в ходе изучения следующих дисциплин, «Теория и практика медиакоммуникации», «Социология», «Политология», «Теория и практика связей с общественностью».

В результате освоения дисциплины формируются знания, умения и владения, необходимые для изучения следующих дисциплин и прохождения практик: «Создание и продвижение медиа-бренда», «Теория и практика рекламы», «Коммуникации в социальных сетях», «Ивент-коммуникации», «Медиапланирование», профессионально-ознакомительная практика, профессионально-творческая практика.

Структура дисциплины

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 8 з.е., 288 академических часов.

Структура дисциплины для очной формы обучения

Объем дисциплины в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, при проведении учебных занятий:

Семестр	Тип учебных занятий	Количество часов
3	Лекции	36
4	Семинары/лабораторные работы	48
Всего:		84

Объем дисциплины (модуля) в форме самостоятельной работы обучающихся составляет 184 академических часа.

Содержание дисциплины

№	Наименование раздела дисциплины	Содержание
1	Раздел 1. Введение в дисциплину	
	Тема 1. Понятие и особенности политической коммуникации	Информационно-коммуникационные процессы в политике; коммуниканты и реципиенты в социально-политической коммуникации, роль и место медиаресурсов и медиасообщений в политике и государственном управлении, понятие политического дискурса и его функции; семантика и прагматика политической медиакоммуникации.
	Тема 2. История политической коммуникации	Развитие политической коммуникации в связи с усложнением социально-политических отношений с древнейших времен и до наших дней; отражение вопросов социально-политической коммуникации в

		работах философов древности и современности.
2	Раздел 2. Государственные и негосударственные акторы социально-политической коммуникации	
	Тема 3. Государственная информационная политика	Понятие государственной информационной политики, структура государственной информационной политики, модели отношения государства со средствами массовой информации в различных политических режимах.
	Тема 4. Государственные и независимые СМИ	Сходства и различия государственных и независимых СМИ, их место и соотношение влияния в медиасистемах различных государств, пропаганда и контрпропаганда, феномен UGC в политической медиакommunikации.
	Тема 5. СМИ и гражданское общество	Роль средств массовой информации в формировании гражданского общества, роль независимых СМИ в формировании политической и правовой культуры, проблема доверия к власти и роль медиаресурсов в решении этой проблемы.
	Тема 6. Информационная безопасность государства	Особенности государственной политики в области информационной безопасности, информационная инфраструктура государства как объект для хакерских и террористических атак.
3	Раздел 3. Психологические аспекты социально-политической коммуникации	
	Тема 7. Массовое сознание и общественное мнение	Сущность понятий «массовое сознание» и «общественное мнение», методы количественной и качественной оценки их состояния, технологии управления массовым сознанием и общественным мнением в социально-политической коммуникации.
	Тема 8. Психологические механизмы влияния СМИ	Психологические особенности восприятия информации из разных видов источников, количественные и качественные характеристики воздействия СМИ на аудиторию.
	Тема 9. Манипулятивные технологии в социально-политических коммуникациях	Сущность манипулятивного воздействия в СМИ, основные манипулятивные техники, используемые в пропаганде и политическом PR, правовые и этические вопросы медиаманипуляции.
4	Раздел 4. Медиакommunikация в политическом процессе	
	Тема 10. Информационные кампании и войны	Информационные кампании: понятие и примеры, средства ведения информационных кампаний, современные теории ведения информационных войн.
	Тема 11. Политическая реклама и политический PR	Общая характеристика политического PR: определение, типы, функции; образ в системе политического PR, особенности производства, распространения и воздействия политической рекламы.
	Тема 12. Политические технологии, медиа в избирательных кампаниях	Роль медиакommunikаций в избирательных кампаниях.
	Тема 13. GR и лоббизм	Теория взаимодействия государства и бизнеса,

		социальное партнерство власти, общества и бизнеса как фактор социально-экономического развития.
	Тема 14. Политическая экспертиза и аналитика	Предметное поле политического анализа и прогнозирования, роль политической экспертизы в принятии государственных и политических решений, особенности функционирования экспертных и стратегических центров в России и за рубежом, политическая аналитика в системе медиакоммуникаций в России.
	Тема 15. Медиакоммуникации в системе международных отношений	Особенности использования медиакоммуникации для формирования имиджа страны на международной арене и решения внешнеполитических задач.
5	Раздел 5. Технологии политической медиакоммуникации	
	Тема 16. Стратегия и тактика применения медиатехнологий в политическом процессе	Понятие стратегии и тактики, методики целеполагания в политической медиакоммуникации; понятия коммуникационной концепции и креативной концепции; технологии определения средств для достижения поставленных коммуникационных целей.
	Тема 17. Политический текст, политическая речь	Функции политического текста, особенности создания и восприятия политических сообщений, дебаты как частный случай воспроизведения политического текста, основные принципы организации политических выступлений.
	Тема 18. Имидж в социально-политической коммуникации	Имидж как социально-коммуникативный феномен; особенности имиджевой коммуникации; эффективность имиджевой коммуникации: методы оценки и коррекции.

Образовательные технологии

№ п/п	Наименование раздела	Виды учебных занятий	Образовательные технологии
1.	Введение в дисциплину	Лекции (4 часа) Семинары (4 часа)	Вводная лекция с использованием видеоматериалов, демонстрация приемов информационного поиска и обзора литературы по теме, эвристический опрос по знанию информационных медиа источников по теме лекции. Развернутая беседа с обсуждением сообщений студентов, опрос по учебным вопросам темы, Отработка навыка применения знания по теме в решении практической задачи: групповое упражнение, творческое задание. Постановка задания для самостоятельной работы: объяснение задачи, форма работы, источники и литература,

		Самостоятельная работа (24 часа)	инструменты работы, требования к результату, критерии оценки, условия конкурса письменных творческих заданий, организовывание команд для групповой работы. Консультирование и проверка домашних заданий с помощью онлайн инструментов, использование профильного медиа контента и материалов электронных образовательных ресурсов.
2.	Государственные и негосударственные акторы социально-политической коммуникации	Лекции (8 часов) Семинары (6 часов) Самостоятельная работа (26 часов)	Лекция с использованием видеоматериалов, демонстрация приемов использования системного подхода к изучению медиаманипулирования, схематизация основных понятий по теме лекции, экспресс-интервью по знанию контекстов темы лекции. Развернутая беседа с обсуждением сообщений студентов, опрос по учебным вопросам темы, Отработка навыков применения знания по теме в решении практической задачи: групповое упражнение, творческое задание. Постановка задания для самостоятельной работы: объяснение задачи, форма работы, информационные источники, инструменты работы, требования к результату, критерии оценки. Консультирование и проверка домашних заданий с помощью онлайн инструментов, использование профильного медиа контента и материалов электронных образовательных ресурсов.
3.	Психологические аспекты социально-политической коммуникации	Лекции (6 часов) Семинары (8 часов)	Лекция с использованием видеоматериалов, демонстрация приемов использования системного подхода к изучению медиа и информационных процессов, схематизация содержания по теме лекции, эвристический опрос по знанию контекстов темы лекции. Развернутая беседа с обсуждением сообщений студентов, опрос по учебным вопросам темы, Отработка навыков применения знания по теме в решении практической задачи: групповое упражнение, творческое задание. Постановка задания для самостоятельной

		Самостоятельная работа (36 часов)	<p>работы: объяснение задачи, форма работы, информационные источники, инструменты работы, требования к результату, критерии оценки.</p> <p>Консультирование и проверка домашних заданий с помощью онлайн инструментов, использование профильного медиа контента и материалов электронных образовательных ресурсов.</p>
4.	Медиакоммуникация в политическом процессе	<p>Лекции (12 часов)</p> <p>Семинары (24 часа)</p> <p>Самостоятельная работа (72 часа)</p>	<p>Лекция с использованием видеоматериалов, демонстрация приемов использования системного подхода к изучению медиа и информационных процессов, схематизация содержания по теме лекции, эвристический опрос по знанию контекстов темы лекции.</p> <p>Развернутая беседа с обсуждением сообщений студентов, опрос по учебным вопросам темы,</p> <p>Отработка навыков применения знания по теме в решении практической задачи: групповое упражнение, творческое задание.</p> <p>Постановка задания для самостоятельной работы: объяснение задачи, форма работы, информационные источники, инструменты работы, требования к результату, критерии оценки.</p> <p>Консультирование и проверка домашних заданий с помощью онлайн инструментов, использование профильного медиа контента и материалов электронных образовательных ресурсов.</p>
5.	Технологии политической медиакоммуникации	<p>Лекции (6 часов)</p> <p>Семинары (6 часов)</p>	<p>Лекция с использованием видеоматериалов, демонстрация приемов использования системного подхода к изучению медиа и информационных процессов, схематизация содержания по теме лекции, эвристический опрос по знанию контекстов темы лекции.</p> <p>Развернутая беседа с обсуждением сообщений студентов, опрос по учебным вопросам темы,</p> <p>Отработка навыков применения знания по теме в решении практической задачи: групповое упражнение, творческое задание.</p> <p>Постановка задания для самостоятельной работы: объяснение задачи, форма</p>

		Самостоятельная работа (26 часов)	работы, информационные источники, инструменты работы, требования к результату, критерии оценки. Консультирование и проверка домашних заданий с помощью онлайн инструментов, использование профильного медиа контента и материалов электронных образовательных ресурсов.
--	--	-----------------------------------	--

В период временного приостановления посещения обучающимися помещений и территории РГГУ для организации учебного процесса с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий могут быть использованы следующие образовательные технологии:

- видео-лекции;
- онлайн-лекции в режиме реального времени;
- электронные учебники, учебные пособия, научные издания в электронном виде и доступ к иным электронным образовательным ресурсам;
- системы для электронного тестирования;
- консультации с использованием телекоммуникационных средств.

5. Оценка планируемых результатов обучения

5.1. Система оценивания

Система оценивания может быть представлена как в текстовой, так и в табличной форме.

Форма контроля	Макс. количество баллов	
	За одну работу	Всего
Текущий контроль:		
- опрос	5 баллов	30 баллов
- участие в дискуссии на семинаре	5 баллов	10 баллов
- контрольная работа (темы 1-5, 11-15)	10 баллов	10 баллов
- контрольная работа (темы 6-10, 16-19)	10 баллов	10 баллов
Промежуточная аттестация – зачет с оценкой, экзамен		40 баллов
Итого за семестр		100 баллов

Полученный совокупный результат конвертируется в традиционную шкалу оценок и в шкалу оценок Европейской системы переноса и накопления кредитов (European Credit Transfer System; далее – ECTS) в соответствии с таблицей:

100-балльная шкала	Традиционная шкала		Шкала ECTS
95 – 100	отлично	зачтено	A
83 – 94			B
68 – 82	хорошо		C
56 – 67	удовлетворительно		D
50 – 55		E	
20 – 49	неудовлетворительно	не зачтено	FX

0 – 19			F
--------	--	--	---

5.2. Критерии выставления оценки по дисциплине

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
100-83/ A,B	отлично/ зачтено	<p>Выставляется обучающемуся, если он глубоко и прочно усвоил теоретический и практический материал, может продемонстрировать это на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся исчерпывающе и логически стройно излагает учебный материал, умеет увязывать теорию с практикой, справляется с решением задач профессиональной направленности высокого уровня сложности, правильно обосновывает принятые решения.</p> <p>Свободно ориентируется в учебной и профессиональной литературе.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляются обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «высокий».</p>
82-68/ C	хорошо/ зачтено	<p>Выставляется обучающемуся, если он знает теоретический и практический материал, грамотно и по существу излагает его на занятиях и в ходе промежуточной аттестации, не допуская существенных неточностей.</p> <p>Обучающийся правильно применяет теоретические положения при решении практических задач профессиональной направленности разного уровня сложности, владеет необходимыми для этого навыками и приёмами.</p> <p>Достаточно хорошо ориентируется в учебной и профессиональной литературе.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляются обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «хороший».</p>
67-50/ D,E	удовлетво- рительно/ зачтено	<p>Выставляется обучающемуся, если он знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает отдельные ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся испытывает определённые затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, владеет необходимыми для этого базовыми навыками и приёмами.</p> <p>Демонстрирует достаточный уровень знания учебной литературы по дисциплине.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляются обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «достаточный».</p>
49-0/ F,FX	неудовлет- ворительно/ не зачтено	<p>Выставляется обучающемуся, если он не знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает грубые ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся испытывает серьёзные затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, не владеет необходимыми для этого навыками и приёмами.</p> <p>Демонстрирует фрагментарные знания учебной литературы по дисциплине.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляются обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции на уровне «достаточный», закреплённые за дисциплиной, не сформированы.</p>

5.3. Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

Темы докладов (текущий контроль):

1. Модели социально-политической медиакоммуникации.

2. Особенности политической коммуникации в древних государствах (до н. э.).
3. Особенности политической коммуникации в теократических режимах.
4. Особенности политической коммуникации в тоталитарных государствах.
5. Риторика и ораторское искусство в политической коммуникации Древней Греции.
6. Сходства и различия государственных и независимых СМИ.
7. Информационная инфраструктура государства как объект для хакерских и террористических атак.
8. Основные манипулятивные техники, используемые в пропаганде и политическом PR.
9. Крупнейшие информационные кампании XXI века.
10. Информационные войны в период Холодной войны.
11. Предвыборные медиапроекты в современной России.
12. Имидж политика – из чего состоит и как создается.
13. Имидж партии – из чего состоит и как создается.
14. Имидж государства – из чего состоит и как создается.
15. Основные принципы организации политических выступлений.

Примерный перечень вопросов к промежуточной аттестации (зачет с оценкой)

1. Понятие о коммуникации: феномен коммуникации
2. Основные коммуникационные модели
3. Понятие политического дискурса и его функции.
4. Роль и место медиаресурсов и медиасообщений в политике и государственном управлении.
5. Ключевые характеристики политических коммуникаций в современном мире.
6. Основные этапы развития социально-политических коммуникаций.
7. Риторика и ораторское искусство в политической коммуникации Древней Греции.
8. Особенности социально-политических коммуникаций в СССР.
9. Независимая пресса стран запада: особенности взаимодействия с государством
10. Отражение вопросов социально-политической коммуникации в работах древнегреческих философов
11. Отражение вопросов социально-политической коммуникации в работах философов XX-века
12. Семантика и прагматика политической медиакommunikации.
13. Понятие государственной информационной политики
14. Модели отношения государства со средствами массовой информации в различных политических режимах
15. Феномен UGC в политической медиакommunikации.
16. Блоги и соцсети в системе политической коммуникации
17. Особенности государственной политики в области информационной безопасности.
18. Сущность понятий «массовое сознание» и «общественное мнение».
19. Методы количественной и качественной оценки общественного мнения.
20. Технологии управления массовым сознанием и общественным мнением в социально-политической коммуникации.
21. Психологические особенности восприятия печатного текста.
22. Психологические особенности восприятия аудиовизуальной информации.
23. Психологические особенности восприятия аудиальной информации.
24. Сущность и технологии манипулятивного воздействия в СМИ.
25. Правовые и этические вопросы медиаманипуляции.

Примерный перечень вопросов к промежуточной аттестации (экзамен)

1. Информационные кампании: понятие и примеры
2. Средства и методы ведения информационных кампаний

3. Современные теории ведения информационных войн
4. Общая характеристика политического PR: определение, типы, функции.
5. Образ в системе политического PR.
6. Особенности производства, распространения и воздействия политической рекламы.
7. Роль медиакоммуникаций в избирательных кампаниях.
8. Особенности взаимодействия государства и бизнеса: экономические и правовые аспекты
9. Социальное партнерство власти, общества и бизнеса как фактор социально-экономического развития.
10. Особенности использования медиакоммуникации для формирования имиджа страны на международной арене.
11. Особенности использования медиакоммуникации для решения внешнеполитических задач.
12. Понятие стратегии и тактики применительно к медиакоммуникациям.
13. Методики целеполагания и виды целей в политической медиакоммуникации.
14. Понятия коммуникационной концепции и креативной концепции.
15. Аудитория политических массмедиа.
16. Особенности политического медиаконтента.
17. Функции политического текста.
18. Правила хорошего медиаконтента.
19. Особенности создания и восприятия политических сообщений.
20. Дебаты как частный случай воспроизведения политического текста.
21. Основные принципы организации политических выступлений.
22. Имидж как социально-коммуникативный феномен.
23. Особенности имиджевой коммуникации.
24. Эффективность имиджевой коммуникации: методы оценки и коррекции.
25. Масса как объект воздействия в массовой политической коммуникации.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1. Список источников и литературы

Источники

Основные

1. Закон РФ от 12 июня 2002 г. № 67-ФЗ «Об основных гарантиях избирательных прав и права на участие в референдуме граждан» (С изменениями и дополнениями). Электронный документ. – URL: <https://base.garant.ru/184566/> (дата обращения 05.09.2022). – Режим доступа свободный
2. О стратегии развития информационного общества в Российской Федерации на 2017-20230 годы. Указ Президента Российской Федерации от 9.05.2017 № 203. – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_216363
3. Указ Президента РФ от 7.05.2018 № 204 (ред. 19.07.2018) «О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 года» – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_297432
4. Федеральный закон «О информации, информационных технологиях и о защите информации» от 27.07.2006 № 149-ФЗ. – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_61798
5. Указ Президента РФ от 5 декабря 2016 г. № 646 «Об утверждении Доктрины информационной безопасности Российской Федерации». Электронный документ. – URL: <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/71456224/> (дата обращения 05.09.2022). – Режим доступа свободный

Дополнительные

1. Блэк С. «Паблик рилейшнз»: что это такое? – М., 1990. – URL: <https://znanium.com/catalog/product/1034605> (дата обращения: 09.06.2022). – Режим доступа: по подписке
2. Харрисон Ш. Связи с общественностью. Вводный курс. – М., 2003. – URL: <https://znanium.com/catalog/product/1034605> (дата обращения: 09.06.2022). – Режим доступа: по подписке.
3. Шарков Ф.И. Интегрированные коммуникации: массовые коммуникации и медиапланирование / Ф.И. Шарков, В.Н. Бузин; под общ. ред. Ф.И. Шаркова. – Москва: Дашков и К°, 2018. – 486 с. URL: <https://znanium.com/catalog/product/1034605> (дата обращения: 09.06.2022). – Режим доступа: по подписке.
4. Дзялошинский И.М. Современное медиапространство России. – М.: Аспект Пресс, 2015.
5. Избирательное право и избирательный процесс в Российской Федерации : учебник / С. А. Куемжиева, М. С. Савченко, А. В. Красницкая [и др.] ; под общ. ред. М. С. Савченко. – Краснодар : КубГАУ, 2018. – 199 с
6. Психология массовой политической коммуникации: Учебное пособие / Т.В. Евгеньева, А.В. Селезнева. – М.: Издательство Московского университета, 2013. – 299 с.

Литература

Основная

1. Толстых П.А. GR: Полное руководство по разработке государственно-управленческих решений, теории и практике лоббирования. – Москва: Издательство «Перо», 2019. – 1246 с.
2. Малкин Е., Сучков Е. Политические технологии. 5-е (10-е) изд., стереотипное. – М.: НП ИД «Русская панорама», 2017. – 656 с.
3. Чевозерова, Г.В. Гражданское общество и средства массовой информации. В 2 ч. Ч. 1. Теоретико-методологический анализ проблем взаимоформирования гражданского общества и СМИ: электронное учебное пособие / Г.В. Чевозерова. – Тольятти : Изд-во ТГУ, 2017.

Дополнительная

1. Землянова Л.М. Коммуникативистика и средства информации: Англо-русский толковый словарь концепций и терминов. – М.: Изд-во Моск. Ун-та, 2004.
2. Политическая коммуникация: опыт мультимодального и критического дискурс-анализа: монография / Ю. И. Детинко, Л. В. Куликова. – Красноярск: Сиб. федер. ун-т, 2017. – 168 с.
3. Политический дискурс: Специфика манипулятивного воздействия. – М.: Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2009. – 256 с.
4. Российская политическая речь: Теория и практика / Под ред. О.Б. Сиротиной. Изд. 3-е – М: Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2012. – 232 с.
5. Бернейс Эдвард. Кристаллизация общественного мнения. – СПб: Питер, 2021. – 208 с.
6. Моска Г. История политических доктрин / Гаэтано Моска; пер. с итал. Е.И. Темнова. – Москва: Мысль, 2012. 326 с.
7. Ахременко, А.С. Политический анализ и прогнозирование. В 2 ч. Часть 1: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / АС Ахременко. – 2-е изд. испр. и доп. – М.: Издательство Юрайт, 2019. – 180 с.

8. Ахременко, А.С. Политический анализ и прогнозирование. В 2 ч. Часть 2: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / АС Ахременко. – 2-е изд. испр. и доп. – М.: Издательство Юрайт, 2019. – 221 с.
9. Джозеф Н. Электоральная игра. Пер. с англ. – Группа Компаний «Никколо М», 2002. – 400 с.
10. Грушин Б.А. Массовое сознание: Опыт определения и проблемы исследования. — М.: Политиздат, 1987. – 368 с.
11. Егорова-Гантман Е. В тумане войны. Наступательные военные коммуникативные технологии / Е. Егорова-Гантман. – Самара: ООО «Офорт»; М.: Группа компаний «Никколо М», 2010. – 432 с. Константинов Г.Н. Стратегическое мышление / Г.Н. Константинов. 2-е изд. – Москва: СИНТЕГРА-СМ, 2019. – 162с ISBN978-5-9906449-4-6
12. Политическая журналистика: учебник для бакалавриата и магистратуры / С. Г. Корконосенко [и др.]; под ред. С. Г. Корконосенко. – М.: Издательство Юрайт, 2015. – 319 с.
13. Политические коммуникации: Учеб. пособие для студентов вузов / [Петрунин Ю. Ю. и др.]; под ред. А. И. Соловьева. – М.: Аспект Пресс, 2004. – 332 с.
14. Франц, В. А. Управление общественным мнением: [учеб. пособие] / В. А. Франц; М-во образования и науки Рос. Федерации, Урал. федер. ун-т. – Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2016. – 135 с. ISBN 978-5-7996-1750-9

Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

Национальная электронная библиотека (НЭБ) www.rusneb.ru
 ELibrary.ru Научная электронная библиотека www.elibrary.ru
 Электронная библиотека Grebennikon.ru www.grebennikon.ru
 Cambridge University Press
 ProQuest Dissertation & Theses Global
 SAGE Journals
 Taylor and Francis
 JSTOR
 АКАР – официальный сайт. – Режим доступа: www.akarussia.ru
 Левада-Центр – официальный сайт. Режим доступа: www.levada.ru
 Медиа-коммуникационный союз – официальный сайт. – Режим доступа: www/np-mks.ru

Профессиональные базы данных и информационно-справочные системы

Доступ к профессиональным базам данных: <https://liber.rsuh.ru/ru/bases>

Информационные справочные системы:

1. Консультант Плюс
2. Гарант

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Для обеспечения дисциплины используется материально-техническая база образовательного учреждения: учебные аудитории, оснащённые компьютером и проектором для демонстрации учебных материалов.

Аудитории для проведения занятий должны быть оборудованы учебной доской (интерактивной учебной доской) и инструментом (мел или маркер) для нанесения рисунков, схем и текста на доску.

Состав программного обеспечения:

1. Windows
2. Microsoft Office

Профессиональные полнотекстовые базы данных:

1. Cambridge University Press
2. ProQuest Dissertation & Theses Global
3. SAGE Journals
4. Taylor and Francis
5. JSTOR

Информационные справочные системы:

1. Консультант Плюс
2. Гарант

8. Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

В ходе реализации дисциплины используются следующие дополнительные методы обучения, текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся в зависимости от их индивидуальных особенностей:

- для слепых и слабовидящих: лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением; письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением или могут быть заменены устным ответом; обеспечивается индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс; для выполнения задания при необходимости предоставляется увеличивающее устройство; возможно также использование собственных увеличивающих устройств; письменные задания оформляются увеличенным шрифтом; экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.

- для глухих и слабослышащих: лекции оформляются в виде электронного документа, либо предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования; письменные задания выполняются на компьютере в письменной форме; экзамен и зачёт проводятся в письменной форме на компьютере; возможно проведение в форме тестирования.

- для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением; письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением; экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.

При необходимости предусматривается увеличение времени для подготовки ответа.

Процедура проведения промежуточной аттестации для обучающихся устанавливается с учётом их индивидуальных психофизических особенностей. Промежуточная аттестация может проводиться в несколько этапов.

При проведении процедуры оценивания результатов обучения предусматривается

использование технических средств, необходимых в связи с индивидуальными особенностями обучающихся. Эти средства могут быть предоставлены университетом, или могут использоваться собственные технические средства.

Проведение процедуры оценивания результатов обучения допускается с использованием дистанционных образовательных технологий.

Обеспечивается доступ к информационным и библиографическим ресурсам в сети Интернет для каждого обучающегося в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

- для слепых и слабовидящих: в печатной форме увеличенным шрифтом, в форме электронного документа, в форме аудиофайла.
- для глухих и слабослышащих: в печатной форме, в форме электронного документа.
- для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата: в печатной форме, в форме электронного документа, в форме аудиофайла.

Учебные аудитории для всех видов контактной и самостоятельной работы, научная библиотека и иные помещения для обучения оснащены специальным оборудованием и учебными местами с техническими средствами обучения:

- для слепых и слабовидящих: устройством для сканирования и чтения с камерой SARA CE; дисплеем Брайля PAC Mate 20; принтером Брайля EmBraille ViewPlus;
- для глухих и слабослышащих: автоматизированным рабочим местом для людей с нарушением слуха и слабослышащих; акустический усилитель и колонки;
- для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата: передвижными, регулируемые эргономическими партами СИ-1; компьютерной техникой со специальным программным обеспечением.

9. Методические материалы

9.1. Планы семинарских занятий

Семинарское занятие. 1. Понятие и особенности политической коммуникации

Вопросы для обсуждения:

1. Информационно-коммуникационные процессы в политике.
2. Коммуниканты и реципиенты в социально-политической коммуникации,

3. Роль и место медиаресурсов и медиасообщений в политике и государственном управлении.
4. Понятие политического дискурса и его функции.
5. Семантика и прагматика политической медиакommunikации.

Семинарское занятие. 2. История политической коммуникации

Вопросы для обсуждения:

1. Развитие политической коммуникации в связи с усложнением социально-политических отношений с древнейших времен и до наших дней.
2. Отражение вопросов социально-политической коммуникации в работах философов древности и современности.

Семинарское занятие 3. Государственная информационная политика

Вопросы для обсуждения:

1. Понятие государственной информационной политики.
2. Структура государственной информационной политики.
3. Модели отношения государства со средствами массовой информации в различных политических режимах.

Семинарское занятие 4. Государственные и независимые СМИ

Вопросы для обсуждения:

1. Сходства и различия государственных и независимых СМИ.
2. Их место и соотношение влияния в медиасистемах различных государств.
3. Пропаганда и контрпропаганда, феномен UGC в политической медиакommunikации.

Семинарское занятие 5. СМИ и гражданское общество

Вопросы для обсуждения:

1. Роль средств массовой информации в формировании гражданского общества.
2. Роль независимых СМИ в формировании политической и правовой культуры.
3. Проблема доверия к власти и роль медиаресурсов в решении этой проблемы.

Семинарское занятие 6. Информационная безопасность государства

Вопросы для обсуждения:

1. Особенности государственной политики в области информационной безопасности.
2. Информационная инфраструктура государства как объект для хакерских и террористических атак.

Семинарское занятие 7. Массовое сознание и общественное мнение

Вопросы для обсуждения:

1. Сущность понятий «массовое сознание» и «общественное мнение».
2. Методы количественной и качественной оценки их состояния.
3. Технологии управления массовым сознанием и общественным мнением в социально-политической коммуникации.

Семинарское занятие 8. Психологические механизмы влияния СМИ

Вопросы для обсуждения:

1. Психологические особенности восприятия информации из разных видов источников.
2. Количественные и качественные характеристики воздействия СМИ на аудиторию.

Семинарское занятие 9. Манипулятивные технологии в социально-политических коммуникациях

Вопросы для обсуждения:

1. Сущность манипулятивного воздействия в СМИ.
2. Основные манипулятивные техники, используемые в пропаганде и политическом PR.
3. Правовые и этические вопросы медиаманипуляции.

Семинарское занятие 10. Информационные кампании и войны

Вопросы для обсуждения:

1. Информационные кампании: понятие и примеры.
2. Средства ведения информационных кампаний.
3. Современные теории ведения информационных войн.
1. Общая характеристика политического PR: определение, типы, функции.
2. Образ в системе политического PR.
3. Особенности производства, распространения и воздействия политической рекламы.

4. Роль медиакоммуникаций в избирательных кампаниях.

Семинарское занятие 11. Политические технологии, медиа в избирательных кампаниях

Вопросы для обсуждения:

1. Теория взаимодействия государства и бизнеса.
2. Социальное партнерство власти, общества и бизнеса как фактор социально-экономического развития.

Семинарское занятие 12. Политическая экспертиза и аналитика

Вопросы для обсуждения:

1. Предметное поле политического анализа и прогнозирования.
2. Роль политической экспертизы в принятии государственных и политических решений.
3. Особенности функционирования экспертных и стратегических центров в России и за рубежом.
4. Политическая аналитика в системе медиакоммуникаций в России.

Семинарское занятие 13. Медиакоммуникации в системе международных отношений

Вопросы для обсуждения:

1. Особенности использования медиакоммуникации для формирования имиджа страны на международной арене и решения внешнеполитических задач.

Семинарское занятие 14. Стратегия и тактика применения медиатехнологий в политическом процессе

Вопросы для обсуждения:

1. Понятие стратегии и тактики.
 2. Методики целеполагания в политической медиакоммуникации.
 3. Понятия коммуникационной концепции и креативной концепции.
 4. Технологии определения средств для достижения поставленных коммуникационных целей.
1. Функции политического текста.
 2. Особенности создания и восприятия политических сообщений.
 3. Дебаты как частный случай воспроизведения политического текста.
 4. Основные принципы организации политических выступлений.

Семинарское занятие 15. Имидж в социально-политической коммуникации**Вопросы для обсуждения:**

1. Имидж как социально-коммуникативный феномен.
2. Особенности имиджевой коммуникации.
3. Эффективность имиджевой коммуникации: методы оценки и коррекции.

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Медиакоммуникации в политике и госуправлении» реализуется на факультете рекламы и связей с общественностью кафедрой медиакоммуникации.

Цель дисциплины – сформировать представление об особенностях социально-политической медиакоммуникаций в ее историческом развитии и в современном состоянии и научить решать профессиональные задачи, лежащие в плоскости политической коммуникации.

Задачи дисциплины:

- рассмотреть тезаурус дисциплины;
- рассмотреть понятие и особенности современной социально-политической коммуникации;
- раскрыть исторические этапы развития социально-политической коммуникации;
- дать представление о государственных и негосударственных акторах социально-политической коммуникации;
- раскрыть психологические аспекты социально-политической коммуникации;
- рассмотреть особенности функционирования системы медиакоммуникации в социально-политических процессах;
- познакомить с технологиями, используемыми в социально-политических коммуникациях.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:

ОПК-1. Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем.

ОПК-1.2. Осуществляет подготовку текстов медиапродуктов и иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем.

ОПК-2. Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах.

ОПК- 2.1. Знает систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования.

ОПК-2.2. Соблюдает принцип объективности в создаваемых медиапроектах и (или) медипродуктах при освещении деятельности общественных и государственных институтов.

ОПК-4. Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности.

ОПК-4.1. Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать: суть политических процессов и отношений, основные особенности устройства системы общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития, технологии подготовки медиатекстов, понимать основные функции медиапродуктов, а также знать спектр задач, решаемых с их помощью, основные функции средств массовой информации в системе социально-политических отношений, понимать содержание понятия «аудитория медиапродукта», а также основные средства ее анализа.

Уметь: опираясь на знания технологий, создавать медиатексты и медиапродукты, востребованные в сфере политики и госуправления в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем, учитывать особенности устройства системы общественных и государственных институтов при создании медиатекстов, медиапродуктов и коммуникационных продуктов, разрабатывать коммуникационные продукты

с учетом особенностей устройства политической системы, организовывать работу по освещению деятельности общественных и государственных институтов, оценивать аудиторию медиапродуктов, выявлять ее потребности и запросы, замерять эффективность медиакоммуникации.

Владеть: навыками, позволяющими создавать востребованные в сфере политики и госуправления медиапродукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем, технологиями профессиональной деятельности, а также методами анализа политических и общественных процессов, позволяющими создавать коммуникационные продукты, современным инструментарием по созданию коммуникационных продуктов, алгоритмами подготовки текстов медиапродуктов и иных коммуникационных продуктов, средствами измерения аудитории медиапродуктов, а также технологиями влияния на ключевые показатели измерения аудитории.

По дисциплине предусмотрена промежуточная аттестация в форме зачета с оценкой и экзамена.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 8 зачетных единиц.