

КАЗАНСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
Институт социально-философских наук и массовых коммуникаций

ВЫСШАЯ ШКОЛА  
журналистики и медиакоммуникаций

Кафедра связей с общественностью и прикладной политологии

**Г.В. Морозова**

**«ПОЛИТИЧЕСКАЯ АНАЛИТИКА  
В СРЕДСТВАХ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ»**

**Казань - 2019**

УДК 659  
ББК 76.006  
Р36

*Принято на заседании Учебно-методической комиссии ИСФНиМК  
Протокол № 6 от 6 мая 2019 г.*

**Рецензенты:**

Доктор политических наук, профессор кафедры государственного, муниципального управления и социологии Казанского национального исследовательского технологического университета **К.С. Идиатуллина;**

доктор политических наук, профессор, заведующий кафедрой социологии, политологии и менеджмента Казанского национального исследовательского технического университета **В.А. Беляев**

**Морозова Г.В. Политическая аналитика в средствах массовой информации / Г. В. Морозова. – Казань, Казан. ун-т, 2019. – 49с.**

Электронный образовательный ресурс раскрывает содержание курса по политическому анализу в средствах массовой информации в соответствии с тематическим планом его изучения. Для эффективного освоения навыков и умений аналитической деятельности предлагается развернутая программа дисциплины, дается характеристика основных понятий, аннотация изучаемых тем, а также прописаны задания для самостоятельной работы по подготовке к практическим занятиям, написанию рефератов, выполнению тестов и ответов на контрольные вопросы.

Предназначен для студентов, обучающихся по направлению подготовки «Журналистика (Политическая проблематика)», а также для широкого круга читателей, интересующихся проблемами политического анализа в медиапространстве.

**Морозова Г.В., 2019  
Казанский университет, 2019**

## СОДЕРЖАНИЕ

	<b>Стр.</b>
1. Тематический план курса .....	4 - 9
2. Часть I. Программа курса .....	10 - 12
3. Часть II. Практические занятия .....	13 - 32
4. Тематика рефератов .....	33 - 34
5. Тесты .....	34 - 41
6. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля).....	42 - 46
7. Вопросы для самоконтроля .....	46 - 47
8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины .....	47 - 49

# ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН КУРСА

## Цели освоения дисциплины

Целями освоения дисциплины «Политическая аналитика в СМИ» является формирование у студентов системных знаний о политической сфере общества, как объекте политического анализа, ее основных институтах, субъектах политики и их участии в политическом развитии, а также задачах, инструментах, процедурах и технологиях сбора данных о политических процессах, подготовки и проведения медиаисследований в сфере политики и интерпретации полученных результатов.

## Задачи курса

- Освоение студентами знаниями и представлениями о роли информационно-аналитической деятельности СМИ в обеспечении коммуникативного пространства политической сферы, эффективного функционирования механизма взаимодействия власти и гражданского общества.
- Помощь студентам в осмыслении широкого спектра существующих теоретико-методологических подходов к исследованию средствами массовой информации политического пространства, институтов власти и управления.
- Овладение студентами понятийно-категориального аппарата, используемого СМИ для проведения информационно-аналитической деятельности в сфере политического развития, изучения содержания и основных направлений политики государства, проблем и итогов ее реализации.

## Место дисциплины в структуре ОПОП магистратуры

Данная учебная дисциплина включена в раздел "Б1.В.03 Дисциплины (модули)" основной профессиональной образовательной программы 42.04.02 "Журналистика (Политическая проблематика)" и относится к вариативной части вариативной части. Осваивается на 1 курсе в 2 семестре.

## Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля)

В результате изучения дисциплины студенты должны обладать следующим:

***Знать:***

- содержание и сущность информационно-аналитической деятельности в политической сфере, ее роль в легитимации власти, во взаимодействии с гражданским обществом, в формировании и управлении общественным мнением;

- основные принципы, способы и методы сбора данных в сфере политики и осуществления политического анализа.

***Уметь:***

- раскрыть основные стадии процесса информационного обеспечения событий политической жизни и осуществлении связей с общественностью;

- использовать полученные знания при анализе проблем в сфере политического развития, их освещении в СМИ.

**Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций (в соответствии с ФГОС ВО):**

ПК-10 Способен к разработке систем визуальной информации, идентификации и коммуникации, концептуальной и художественно-технической разработке дизайн-проектов систем визуальной информации, идентификации и коммуникации

ПК-3 Способен к организации работы подразделения СМИ, включая разработку концепции авторских проектов, планирование и координацию деятельности подразделения, анализ результатов деятельности подразделения, установление и поддержание контактов с внешней средой

ПК-5 Способен к организации и контролю выпуска продукции печатного СМИ, включая руководство отделом допечатной подготовки, распределение материалов между отделами, прием выполненной работы

ПК-7 Способен к управлению созданием и выпуском в эфир продуктов телерадиовещательных СМИ, включая руководство структурным подразделением для выпуска в эфир продуктов телерадиовещательных СМИ, оценку рейтинговых позиций существующих продуктов и планирование будущих проектов, организацию работы по созданию/покупке продуктов телерадиовещательных СМИ, контроль их соответствия тематической направленности и соблюдения сроков сдачи, продвижение продуктов телерадиовещательных СМИ

ПК-9 Способен к руководству деятельностью по разработке объектов и систем визуальной информации, идентификации и коммуникации

УК-2 способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла

УК-3 способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели

### **Обучающийся должен демонстрировать способность и готовность**

- планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем

- анализировать основные тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах

- анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов

- анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты

- анализировать актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования

- отбирать и внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии

- оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности организации и проведения учебно-производственного процесса при реализации образовательных программ различного уровня и направленности, преподавания по программам бакалавриата, специалитета, магистратуры и ДПП, ориентированным на соответствующий уровень квалификации

- работать над содержанием публикаций СМИ, включая выбор темы публикации (разработка сценариев), подготовка к публикации собственных материалов/работа в эфире, отбор авторских материалов для публикации, редактирование материалов.

- к организации работы подразделения СМИ, включая разработку концепции авторских проектов, планирование и координацию деятельности подразделения, анализ результатов деятельности подразделения, установление и поддержание контактов с внешней средой

- к организации и контролю выпуска продукции сетевого издания/информационного агентства, включая составление плана-графика выполнения корректуры, веб-редактирования, публикации материалов на сайте, подготовку предложений главному редактору (руководителю организации) по реализации кадровой политики в отделе

- к организации и контролю выпуска продукции печатного СМИ, включая руководство отделом допечатной подготовки, распределение материалов между отделами, прием выполненной работы

- к осуществлению творческо-организационной деятельности по созданию новых продуктов телерадиовещательных СМИ с определением формата, тематики и оценки материала для нового продукта, подготовкой создания сценарного материала для нового продукта, планированием и организацией финансирования создания нового продукта телерадиовещательных СМИ

- к управлению созданием и выпуском в эфир продуктов телерадиовещательных СМИ, включая руководство структурным подразделением для выпуска в эфир продуктов телерадиовещательных СМИ, оценку рейтинговых позиций существующих продуктов и планирование будущих проектов, организацию работы по созданию/покупке продуктов телерадиовещательных СМИ, контроль их соответствия тематической направленности и соблюдения сроков сдачи, продвижение продуктов телерадиовещательных СМИ.

- к подготовке и проведению выпуска телевизионной и радиопрограммы, разработке основных направлений (концепций) вещания и осуществлению эфирного планирования совместно с коллегами

- к руководству деятельностью по разработке объектов и систем визуальной информации, идентификации и коммуникации

- к разработке систем визуальной информации, идентификации и коммуникации, концептуальной и художественно-технической разработке дизайн-проектов систем визуальной информации, идентификации и коммуникации

- осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий

- управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла

- организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели
- применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке (ах), для академического и профессионального взаимодействия
- анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия
- определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки

### **Структура и содержание дисциплины**

Общая трудоемкость составляет 3 зачетных(ые) единиц(ы) на 108 часа(ов).

Контактная работа - 12 часа(ов), в том числе лекции - 4 часа(ов), практические занятия - 8 часа(ов), лабораторные работы - 0 часа(ов), контроль самостоятельной работы - 0 часа(ов).

Самостоятельная работа - 87 часа(ов).

Контроль (зачёт / экзамен) - 9 часа(ов).

Форма промежуточного контроля дисциплины: экзамен во 2 семестре.

### ***Тематический план курса***

<b>№</b>	<b>Название темы</b>	<b>Лекции (час)</b>	<b>Практиче ские занятия (час)</b>	<b>Самостояте льная работа (час)</b>	<b>Формы текущего контроля</b>
1	Политическая аналитика в СМИ как научная дисциплина: предмет, объект	2	2	4	Письменное домашнее задание
2	Категориальный аппарат политического анализа: анализ, аналитика, аналитическая деятельность			4	Письменное домашнее задание



3	Процедура политического анализа в СМИ: основные этапы и их содержание	2	2	6	Устный опрос
4	Методы политического анализа: история становления и критерии классификации		2	6	Устный опрос
5	Количественные и качественные методы: возникновение и основные характеристики		2	6	Контрольная работа
6	Метод системного анализа и принципы системной аналитики в изучении информационного пространства			6	Контрольная работа
7	Метод сравнительного анализа: сущность, инструменты и результативность в СМИ		2	7	Письменная работа
8	Методы сбора данных для политического анализа в СМИ: документальные источники, наблюдение, контент-анализ		2	6	Письменная работа
	<b>Итого:</b>		<b>8</b>	<b>87</b>	<b>4</b>

# Часть I

## Программа курса

### Тема 1

**Политическая аналитика в СМИ как научная дисциплина: предмет, объект**

Зарождение и основные этапы развития аналитической деятельности. Исторические формы политической аналитики, их характеристика и роль в управлении общественной жизнедеятельностью. Особенности медиааналитики. Политические исследования в сфере медиаполитики в странах современного мира и в России. Объект, предмет и субъекты политических медиаисследований. Техники и технологии медиаисследований в сфере политики и управления, регулирования коммуникационно-информационным пространством.

### Тема 2

**Категориальный аппарат политического анализа: анализ, аналитика, аналитическая деятельность**

Роль политического анализа в современном мире. Категории "анализ", "аналитика", "аналитическая деятельность". Основные функции аналитической деятельности. Роль СМИ в политической жизни современного общества. Политические функции СМИ. Основные направления изменений информационно-коммуникационного пространства в современном мире.

### Тема 3

**Процедура политического анализа в СМИ: основные этапы и их содержание**

Понятие процесса медиаанализа и его содержание. Субъекты анализа и их классификация. Структура, фазы политического анализа в СМИ, и их основное содержание. Стадия разработки программы медиаисследования. Составление плана проведения медиаанализа: основные разделы и их содержание. Стадия организации проведения медиаисследования. Обработка полученных данных и основные

способы верификации результатов политического анализа. Этап подготовки аналитического отчета: основные разделы и требования к составлению

#### **Тема 4**

##### **Методы политического анализа: история становления и критерии классификации**

Понятие метода и методологии политического анализа. Виды и формы политического анализа СМИ. Способы и критерии классификации методов политического анализа в СМИ. Характеристика основных групп методов анализа. Общие, общенаучные и специальные методы: проблема результативности в анализе политических процессов.

#### **Тема 5**

##### **Количественные и качественные методы: возникновение и основные характеристики**

Количественные методы и их характеристика. Способы измерения количественных характеристик явлений. Статистический анализ. Методы сбора данных: опросы, анкетирование. Теоретические истоки качественных методов. Особенности методологии качественного исследования политических отношений. Методы качественного анализа: смысловая интерпретация данных медиасферы. Типы качественных исследований политических процессов. Различия стратегий в качественной и количественной методологии. Техника разработки качественно-количественных сводных характеристик (индексов) в медиаанализе.

#### **Тема 6**

##### **Метод системного анализа и принципы системной аналитики в изучении информационного пространства**

Сущность системного метода и его место в анализе медиапространства. Основные категории системной аналитики. Критерии классификации систем. Понятие структуры и ее роль в системном анализе медиаполитики. Принципы системного анализа политических процессов. Основные направления прикладного системного анализа политических отношений в информационно-коммуникационном пространстве.

#### **Тема 7**

##### **Метод сравнительного анализа: сущность, инструменты и результативность в СМИ**

Понятие и сущность сравнительного метода. История и основные этапы развития сравнительной аналитики. Отечественная школа сравнительной аналитики. Политическая компаративистика. Параметры сравнения. Виды и формы сравнительной аналитики политической сферы. Достоинства и недостатки сравнительного метода в анализе политической сферы СМИ.

## **Тема 8**

**Методы сбора данных для политического анализа в СМИ: документальные источники, наблюдение, контент-анализ**

Роль документальных источников в политической аналитике СМИ. Понятие и виды документов. Критерии классификации документов. Методы изучения документов и их результативность. Возникновение и история становления метода наблюдения как инструмента анализа. Метод наблюдения: сущность, виды, процедуры, преимущества и недостатки как инструмента политического анализа СМИ. Метод контент-анализа: сущность и единицы анализа. Фронтальный и рейдовый анализ. Процедура контент-анализа текстов. Оценка контент-анализа как инструмента изучения политических текстов.

## **Образовательные технологии**

Освоение дисциплины «Политическая аналитика в СМИ» предполагает использование как традиционных (практические занятия с использованием методических материалов), так и инновационных образовательных технологий с использованием в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий: выполнение ряда практических заданий с использованием профессиональных программных средств создания и ведения электронных баз данных; мультимедийных программ, включающих подготовку и выступления студентов на семинарских занятиях с фото-, аудио- и видеоматериалами по предложенной тематике.

## **Часть II**

# **ПРАКТИЧЕСКИЕ ЗАНЯТИЯ**

### **Тема 1**

**Политическая аналитика в СМИ как научная дисциплина:  
предмет, объект**

1. История зарождения и основные этапы развития политической аналитики.
2. Роль аналитики в управлении всеми сферами жизни общества.
3. Медиааналитика: сущность, особенности, история развития.

### **Домашнее задание:**

1. Напишите реферат на тему: «Политические исследования в медиа сфере в странах современного мира» (страна по выбору студента).

### **ВОПРОСЫ ДЛЯ САМОКОНТРОЛЯ**

1. Возникновение аналитической деятельности: условия и причины
2. Дайте характеристику основных этапов развития аналитической деятельности.
3. Опишите исторические формы политической аналитики.
4. В чем заключается роль аналитической деятельности в управлении развитием различных сфер жизни общества?
5. Что такое медиааналитика?
6. Дайте характеристику политическим исследованиям в медиа сфере.
7. Раскройте особенности медиааналитики в странах современного мира.
8. Опишите формы политической аналитики в современной России.
9. Дайте характеристику объекта и предмета политических медиаисследований.
10. Что такое субъекты медиаисследований? Дайте характеристику.
11. Какие техники медиаисследований в сфере политики и управления Вы знаете?

12. Раскройте технологии регулирования коммуникационно-информационным пространством.
13. Роль политической аналитики в исследовании общественного мнения, сознания и поведения граждан.
14. Роль психологической науки в медиаисследованиях.
15. Роль медиааналитики в изучении взаимодействия граждан и власти.

### **📖 КОММЕНТАРИИ К ТЕМЕ**

В теме раскрывается сущность аналитической деятельности и основные этапы развития. Дается характеристика исторических форм политической аналитики, выявляется место и роль в управлении общественной жизнедеятельностью.

Особое внимание уделяется описанию специфики медиааналитики, факторов ее обуславливающих, а также рассматриваются ее объект, предмет и субъекты. В теме раскрываются инструменты медиаисследований в сфере регулирования коммуникационно-информационным пространством.

### **📖 Тема 2**

**Категориальный аппарат политического анализа: анализ, аналитика, аналитическая деятельность**

1. Функции политического анализа в современном мире.
2. Роль СМИ в политической жизни современного общества.
3. Характеристика изменений информационно-коммуникационного пространства в современном мире.

### **Домашнее задание:**

Подготовьте письменную работу на тему «Политические функции СМИ в современном мире».

### **📖 ВОПРОСЫ ДЛЯ САМОКОНТРОЛЯ**

1. Раскройте сущность понятий "анализ", "аналитика", "аналитическая деятельность".
2. Опишите основные функции аналитической деятельности.

3. Дайте характеристику современным интерпретациям категории «аналитика».
4. Какую роль играют СМИ в жизни современного общества?
5. Какое влияние оказывают СМИ на политические процессы в современных странах?
6. Раскройте политические функции СМИ.
7. Дайте характеристику основных изменений информационно-коммуникационного пространства в современном мире.
8. Какие факторы обуславливают динамику медийного пространства и почему?
9. Опишите основные изменения информационно-коммуникационного пространства в современной России.
10. Дайте характеристику СМИ в отечественном медийном пространстве.

### **▣ КОММЕНТАРИИ К ТЕМЕ**

В теме раскрываются сущность и содержание категориального аппарата темы, а также место, роль и функции политического анализа в жизни современных стран. Особое место в теме занимает характеристика информационно-коммуникационного пространства, выявляющиеся изменения, произошедшие как в его динамике, так и в содержании, в том числе и каналах коммуникации.

### **▣ Тема 3**

**Процедура политического анализа в СМИ: основные этапы и их содержание**

1. Процесс медиаанализа: основные этапы и их основное содержание.
2. Стадия концептуализации медиаисследования: основные требования.
3. Основные разделы плана проведения медиаанализа и их содержание.
4. Стадия обработки данных и основные способы верификации результатов.

### **Домашнее задание**

Составьте библиографию и подготовьте письменную работу на тему: «Субъекты политического анализа и критерии их классификации».  
(Объем-1п.л.)

### **☑ ВОПРОСЫ ДЛЯ САМОКОНТРОЛЯ**

1. Что такое процедура медиаанализа?
2. Дайте характеристику основных этапов процесса медиаанализа.
3. Кто является субъектом анализа?
4. Какие существуют критерии классификации видов медиаанализа?
5. Назовите особенности политического анализа в СМИ.
6. Раскройте основное содержание аналитических фаз в СМИ.
7. Опишите стадию разработки программы медиаисследования.
8. Какие требования предъявляются к составлению плана проведения медиаанализа?
9. Раскройте стадию организации проведения медиаисследования опишите основные проблемы.
10. Как проводится обработка полученных данных?
11. Какие Вы знаете способы верификации результатов политического анализа?
12. Какие требования предъявляются к составлению аналитического отчета?
13. Раскройте основные разделы аналитического отчета.

### **📖 КОММЕНТАРИИ К ТЕМЕ**

В рамках изучения темы предполагается раскрыть содержание процесса медиаанализа, описывается его структура и фазы. Дается подробная характеристика основных видов аналитической деятельности на стадии концептуализации исследования, разработки плана-программы проведения и организации.

Значительное место в теме отводится проблеме обработки полученных результатов, их проверки, интерпретации и составлению итогового документа – аналитического отчета.



## **Тема 4**

### **Методы политического анализа: история становления и критерии классификации**

1. История становления методов политического анализа.
2. Критерии классификации методов политического анализа и характеристика основных групп.
3. Виды и формы политического анализа СМИ.

#### **Домашнее задание:**

Подготовьте письменную работу на тему «Проблема результативности анализа политических процессов».

### **ВОПРОСЫ ДЛЯ САМОКОНТРОЛЯ**

1. Методы политического анализа: общая характеристика.
2. Опишите история становления методов политического анализа.
3. Методы политического анализа: критерии классификации и основные типологии.
4. Что такое метод? Дайте определение и раскройте содержание.
5. Раскройте категорию методологии политического анализа.
6. Раскройте виды и формы политического анализа СМИ.
7. Опишите способы и критерии классификации методов политического анализа в СМИ.
8. Дайте характеристику основных групп методов анализа.
9. Опишите общие, общенаучные и специальные методы.
10. В чем проблема результативности в анализе политических процессов?

### **КОММЕНТАРИИ К ТЕМЕ**

В теме рассматривается история возникновения методов политического анализа, раскрываются основные этапы развития, критерии классификации. Особое внимание уделяется понятийному аппарату темы, раскрытию сущности и определению метода и методологии политического анализа. В теме дается описание видов и форм политического анализа СМИ, обращается внимание на их особенности и основные трудности проведения исследования медийного пространства. Специальным аспектом темы является характеристика основных групп методов анализа, описание общих, общенаучных и специальных методов.

## **Тема 5**

### **Количественные и качественные методы: возникновение и основные характеристики**

1. Количественные методы: история развития и характеристика.
2. Статистический анализ: сущность, инструменты и результативность.
3. Методы сбора данных: опросы, анкетирование.
4. Методология качественного исследования политических явлений.

**Домашнее задание:** напишите реферат по предложенным темам (объем-1 п.л.):

1. Способы измерения количественных характеристик явлений.
2. Теоретические истоки качественных методов.
3. Особенности методологии качественного исследования политических отношений.

### **ВОПРОСЫ ДЛЯ САМОКОНТРОЛЯ**

1. Количественные методы: возникновение и основные характеристики
2. Качественные методы: возникновение и основные этапы развития
3. Какие Вы знаете способы измерения количественных характеристик явлений?
4. Что такое статистический анализ?
5. Раскройте роль статистического анализа в изучении политической сферы.
6. Какие Вы знаете методы сбора данных?
7. Что такое социологические методы? Дайте их характеристику.
8. Раскройте процедуру и виды опросов.
9. Какие виды анкетирования Вы знаете?
10. Опишите основные требования, предъявляемые к проведению анкетирования.
11. Раскройте теоретические истоки качественных методов.
12. В чем состоят особенности методологии качественного исследования политических отношений?
13. Дайте характеристику методам качественного анализа медиасферы.
14. Какие типы качественных исследований политических процессов Вы знаете?
15. В чем состоит различие стратегий качественной и количественной методологии?

16. Раскройте технику разработки качественно-количественных сводных характеристик (индексов) в медиаанализе.

### ▣ КОММЕНТАРИИ К ТЕМЕ

В теме рассматривается возникновение и основные характеристики количественных и качественных методов. Особое место в теме занимает статистический анализ и способы измерения количественных характеристик объектов и явлений. Специальным аспектом темы выступают социологические методы сбора данных и основные требования к проведению опросов, анкетирования.

Большое место в теме занимает проблематика качественных методов, их теоретические истоки, типы качественных исследований политических процессов и особенности методологии качественного исследования политических отношений. Уделяется внимание различиям стратегий в качественной и количественной методологии.

### ▣ Тема 6

**Метод системного анализа и принципы системной аналитики в изучении информационного пространства**

1. Системный метод: сущность и место в анализе медиапространства.
2. Понятие структуры, виды и роль в системном анализе.
3. Основные принципы системного анализа политических процессов.

**Домашнее задание:** напишите реферат (по выбору студента) по предложенным темам (объем-1 п.л.):

1. История возникновения и основные этапы развития системной аналитики.
2. Основные категории системной аналитики.
3. Основные направления прикладного системного анализа политического сегмента в информационно-коммуникационном пространстве.

## **☑ ВОПРОСЫ ДЛЯ САМОКОНТРОЛЯ**

1. Что такое информационно-коммуникативное пространство? Дайте определение и раскройте сущность.
2. Какие существуют методы сбора, обработки и передачи информации в сфере политики.
3. Раскройте с помощью системного метода особенности организации и функционирования политической сферы коммуникационного пространства.
4. Метод системного анализа: сущность и содержание.
5. Раскройте принципы системной аналитики и их содержание.
6. Раскройте место и роль системного метода в изучении информационного пространства.
7. Опишите основные категории системной аналитики.
8. Какие Вы знаете критерии классификации систем?
9. Дайте характеристику видов систем и опишите их типологизацию.
10. Раскройте понятие структуры и дайте характеристику ее видов.
11. Структура и ее роль в системном анализе медиаполитики.
12. Раскройте принципы системного анализа политических процессов.
13. Какие основные направления прикладного системного анализа политической сферы в информационно-коммуникационном пространстве Вы знаете?

## **📖 КОММЕНТАРИИ К ТЕМЕ**

### **Метод системного анализа и принципы системной аналитики в изучении информационного пространства**

В теме раскрывается сущность системного метода, история его становления как аналитического инструмента и место в анализе медиапространства. Подробно раскрываются основные категории системной аналитики, понятийный аппарат темы. Особое внимание уделяется характеристике видов систем, критериям их классификации, дается описание основных типологий систем. В теме также рассматривается понятие структуры, ее виды, выявляется роль в системном анализе медиаполитики.

Специальным аспектом темы являются принципы системного анализа политических процессов, их значение и содержание, а также описание основных направлений прикладного системного анализа

политических отношений в информационно-коммуникационном пространстве.

## **📖 Тема 7**

### **Метод сравнительного анализа: сущность, инструменты и результативность в СМИ**

1. История возникновения и основные этапы развития сравнительной аналитики.
2. Сравнительный метод: понятие и сущность, параметры сравнения.
3. Оценка сравнительного метода как аналитического инструмента политической сферы СМИ: достоинства и недостатки.

**Домашнее задание:** напишите реферат (по выбору студента) по предложенным темам (объем-1п.л.):

1. Отечественная школа сравнительной аналитики: основные представители и их вклад в науку.
2. Политическая компаративистика: история становления.

### **☑ ВОПРОСЫ ДЛЯ САМОКОНТРОЛЯ**

1. Что Вы знаете об истории возникновения и основных этапах развития сравнительной аналитики?
2. Раскройте понятие и сущность сравнительного метода.
3. Метод сравнительного анализа: параметры сравнения.
4. Дайте характеристику инструментов сравнительного метода в анализе СМИ.
5. Как определить результативность сравнительного метода в анализе СМИ.
6. Опишите историю возникновения и основные этапы развития отечественной школы сравнительной аналитики.
7. Назовите и дайте характеристику наиболее известных ученых отечественной школы сравнительной аналитики.
8. В чем выражается их вклад и роль в изучении политической проблематики в СМИ?
9. Что такое политическая компаративистика?

10. Дайте характеристику истории возникновения и развития политической компаративистики.
11. Какие виды и формы сравнительной аналитики политической сферы Вы знаете?
12. Дайте оценку сравнительного метода как инструмента изучения политических отношений.
13. Определите достоинства и недостатки сравнительного метода в анализе политической сферы СМИ.

### **▣ КОММЕНТАРИИ К ТЕМЕ**

#### **Метод сравнительного анализа: сущность, инструменты и результативность в СМИ**

В теме раскрывается история возникновения и основные этапы развития сравнительной аналитики, дается описание категориального аппарата, определяются понятие и сущность сравнительного метода, выявляются параметры сравнения, а также описываются виды и формы сравнительной аналитики политической сферы.

Особое внимание уделяется истории возникновения и основным этапам развития отечественной школы сравнительной аналитики, описывается вклад ее представителей в мировую политическую науку. В теме дается характеристика важного направления сравнительной аналитики - политической компаративистике. В заключении дается оценка сравнительного метода как инструмента изучения политической сферы СМИ с определением достоинств и недостатков сравнительного метода.

### **▣ Тема 8**

#### **Методы сбора данных для политического анализа в СМИ: документальные источники, наблюдение, контент-анализ**

1. Документальные источники и их роль в политической аналитике СМИ.
2. Возникновение и история становления метода наблюдения как инструмента анализа.
3. Метод контент-анализа: сущность и единицы анализа.

**Домашнее задание:** напишите реферат (по выбору студента) по предложенным темам (объем-1 п.л.):

1. Понятие, виды и критерии классификации документов.
2. Методы изучения документов и их результативность.
3. Метод наблюдения: сущность, виды, процедура, преимущества и недостатки как инструмента политического анализа СМИ.
4. Контент-анализ как инструмент изучения политических текстов: виды, процедура и оценка.

## **☑ ВОПРОСЫ ДЛЯ САМОКОНТРОЛЯ**

1. Методы сбора данных для политического анализа в СМИ: общая характеристика.
2. История возникновения и основные этапы развития документальных источников.
3. Раскройте понятие документов и дайте характеристику основных видов
4. Назовите критерии классификации документов и проведите по ним типологизацию видов.
5. Какие существуют методы изучения документов?
6. Аргументируйте их результативность, выявите преимущества и недостатки.
7. Какую роль играют документальные источники в политической аналитике СМИ.
8. Раскройте возникновение и историю становления метода наблюдения как инструмента анализа.
9. Дайте характеристику метода наблюдения.
10. Раскройте сущность, виды и процедуру проведения наблюдения.
11. Дайте оценку метода наблюдения, аргументируйте его преимущества и недостатки как инструмента политанализа СМИ.
12. Раскройте сущность и единицы анализа метода контент-анализа.
13. Опишите историю возникновения контент-анализа и его практику.
14. Какие виды контент-анализа Вы знаете?
15. Раскройте сущность фронтального и рейдового анализа.
16. Опишите процедуру контент-анализа текстов.

17. Дайте оценку контент-анализа как инструмента изучения политических текстов.

### ▣ КОММЕНТАРИИ К ТЕМЕ

В теме рассматриваются такие методы сбора данных для политического анализа в СМИ, как документальные источники, наблюдение и контент-анализ.

Описывается история возникновения и основные этапы развития обозначенных методов и роль в политической аналитике СМИ.

Обстоятельно описываются категориальный аппарат, понятие, виды документов и критерии классификации, а также методы изучения документов с определением их результативности.

В теме уделено внимание характеристике метода наблюдения, раскрывается сущность, виды, процедуры, его преимущества и недостатки как инструмента политанализа СМИ.

Особое внимание в теме уделено описанию метода контент-анализа, его сущности, видам, процедуре, а также характеристике единиц анализа. Дается оценка контент-анализа как инструмента изучения политических текстов.

### 🔗 ХАРАКТЕРИСТИКА ОСНОВНЫХ ПОНЯТИЙ

**Политика** – от греческого politika – «искусство управления государством и обществом» - совокупность социальных идей и обусловленная ими целенаправленная деятельность, связанная с формированием жизненно важных отношений между государствами, народами, нациями и социальными группами.

**Власть** – форма влияния, при которой индивид, группа или организация имеют возможности добиться изменений в поведении других людей даже вопреки их воле.

**Политическая власть** – форма организации общественных отношений, при которой одна сторона этих отношений (отдельное лицо, группа лиц или организация) способна повлиять на поведение другой стороны вопреки ее воле, используя авторитет, право средства политико-государственного управления и контроля или насилия. Центральный элемент политики.



**Политическая система общества** – совокупность норм, устанавливающих конституционно-правовой статус государства как особого политического образования, политических партий, общественных и религиозных организаций. В материальном смысле – совокупность государственных или общественных органов и организаций, с помощью которых осуществляется политическая власть.

**Власть политическая** – реальная способность данного класса, группы, индивида проводить в жизнь свою волю, выраженную в политике, политических и правовых нормах.

Признаками политической власти являются: наличие субъекта и объекта властных отношений, монополия на регламентацию политической жизни, механизм регламентации властных политических отношений, постановления, распоряжения, указы и приказы в политической сфере, сопровождаемые реальной угрозой санкций, общественные нормы, закрепляющие полномочия субъектов этой власти.

**Легитимность власти** (от лат. *legitimus* – согласный с законами, законный, правомерный, надлежащий, должный) – признание правомерности политической власти основной частью гражданского общества своей страны и мировым сообществом.

**Легитимность** – фундаментальная характеристика любого режима, содержащая два компонента: представление общества (или по крайней мере значительной его части) о законности данного порядка правления, с одной стороны, и осознание правящими верхами своего права на власть, с другой.

### **Нормы**

1) социальные – правила, регулирующие поведение людей и деятельность организаций в их взаимоотношениях;

2) политические

– регулируют политические отношения, придавая им упорядоченность, определяя дозволенное и недозволенное в функционировании данной политической системы;

– узаконивают политические устои,

– определяют стиль и методы работы органов государственного аппарата, других институтов политической организации;

– способствуют формированию механизма распределения и закрепления соответствующих ролей между членами общества.

**Режим политический** (от лат. *regimen* – управление) – совокупность средств и методов осуществления власти господствующим классом.

**Политический плюрализм** (от лат. pluralis – множественный) – система власти, основанная на взаимодействиях и противовесах основных партий и организаций, такое строение общества, которое базируется на поощрении многообразия и конкуренции между различными общественными элементами, осуществляемой по определенным, принятым всеми, «правилам игры».

**Процесс политический:**

1) форма функционирования политической системы общества, эволюционирующей в пространстве и времени («современный общественный процесс»);

2) политический процесс как один из общественных процессов, в отличие от правового, экономического, идеологического и других процессов («перестройка как политический процесс»);

3) обозначение конкретного с конечным результатом процесса определенного масштаба (формирование какой-либо партии, проведение выборов и т.п.

**Государство** – основной институт политической системы общества, организующий, направляющий и контролирующий совместную деятельность и отношения людей, общественных групп, классов и ассоциаций.

Государство представляет собой центральный институт власти в обществе и концентрированное осуществление этой властью политики. Его можно рассматривать и как универсальную территориальную форму организации политической власти в социально неоднородном обществе с национальной или многонациональной структурой, где поддерживается юридический порядок, установленный политической элитой, обладающей законным правом применения принуждения.

**Общество гражданское** – общество с развитыми экономическими, культурными, правовыми и политическими отношениями между его членами, независимое от государства, но взаимодействующее с ним, общество граждан высокого социального, экономического, политического, культурного и морального статуса, создающих совместно с государством развитые правовые отношения. Гражданское общество характеризуют разнообразные формы социальной активности населения, не обусловленная деятельностью государственных органов, и воплощающая реальный уровень самоорганизации социума.

Вместе с тем **гражданское общество** – это общество, в котором есть ответственность власти и народа по выполнению взаимных

обязательств поддерживать закон и порядок, соблюдать при обоюдном согласии сторон права государства, граждан и их объединений.

**Группа давления** – общественное объединение, активно добивающееся удовлетворения собственных интересов или представляемых им интересов социальной группы, организации, территории путем целенаправленного воздействия на органы государственной власти.

**Партия политическая** (от лат. *partis* – часть) – организованная группа единомышленников, представляющая интересы части народа и ставящая своей целью их реализацию путем завоевания государственной власти или участия в ее осуществлении.

**Популизм** (от лат. *populus* – народ):

1) разнородные по идейно-политическому содержанию общественные течения и движения, апеллирующие к широким массам и отражающие противоречивость массового сознания («левый» популизм, «правый» популизм и т.д.).

С конца XIX в. проявляется в разных странах, особенно в кризисные периоды. Основные идеи популизма: прямое участие народа в управлении («прямая демократия»), авторитетный лидер, недоверие к представительным государственным институтам, критика бюрократии, коррупции и т.д.

В чертах, свойственных популизму, – вера в возможность простейшего решения социальных проблем (воплощения социальной и национальной справедливости, эгалитаризма), антиинтеллектуализм, почвенничество и других – заложена возможность разных тенденций: демократических, консервативных, реакционных и других.

**Система партийная** – устойчивые связи и отношения партий различного типа друг с другом, а также с государством и иными институтами власти.

**Оппозиция** (от лат. *oppositio* – противопоставление):

1) противопоставление своей политики другой политике;  
2) выступление против мнения большинства или господствующего мнения в законодательных, партийных и иных структурах, декларирующих (по крайней мере) свою приверженность демократическим процедурам.

**Оппозиция** – политический институт, имеющий целью выражение интересов и ценностей, не представленных в деятельности правящего режима.

**Активность политическая** – деятельность политических групп или индивидов, связанная со стремлением изменить политический или социально-экономический порядок и соответствующие институты.

**Поведение политическое** – социальное поведение личности, представляющее ее как члена определенной политической общности.

**Социализация** – процесс, в ходе которого человек усваивает ценности, нормы, установки и образцы поведения, позволяющие ему соответствовать требованиям и ожиданиям, предъявляемым к нему обществом и/или группой.

**Убеждение** – логически аргументированное воздействие на рациональную сферу сознания людей.

**Участие политическое** – вовлеченность в той или иной форме членов социально-политической общности на индивидуальной, классово-групповой, национально-этнической, религиозной или другой основе в процесс политико-властных отношений внутри данной общности.

**Политическая культура** – это ценностно-нормативная система, широкий комплекс установок, символов, идей, поведенческих стереотипов, которые формируют мотивацию политического и общественного поведения людей и обеспечивают целостность общественного сознания в политической сфере.

**Политическая психология** - это особый стиль политического мышления, поведения, восприятия мира политики, основанный на комплексе подсознательной мотивации общественной деятельности человека.

**Политический символ** - это знак, выполняющий коммуникативную функцию между личностью и властью. Особенностью политической символики является ее образный характер. Та рациональная информация, которая отражена в символе (например, значение используемого цвета или элементов герба), не является принципиально важной с точки зрения политической коммуникации.

**Политический стереотип** - это схематичное ценностно-ориентированное представление о политике. В отличие от политических символов стереотипы суммируют опыт лишь какой-либо отдельной группы, причем в упрощенной и деформированной форме.

**Политический миф** - это статичный, верифицированный политический образ. Основной функцией мифа является упорядочивание восприятия сложной политической реальности, создание основы для однозначной интерпретации противоречивых фактов и событий.

**Контркультура** – употребляемое в литературе общее обозначение разнородных по идейно-политической ориентации ценностей определенных групп молодежи («новые левые», хиппи, битники и др.), противопоставляемых официальным ценностям.

Этот протест принимает различные формы: от пассивных до экстремистских; общедемократические цели нередко сочетаются с анархизмом, «левацким» радикализмом; «неприобретательский» образ жизни проникнут культурным нигилизмом, технофобией, религиозными поисками.

**Сознание политическое** – отражение политических отношений и интересов, оценка политических явлений, выраженное в виде определенных понятий, идей, взглядов, теорий.

Оно отражает социальную действительность; воспринимает событие, оценивая его по степени значимости и соответствия интересам, законодательным актам, политическим нормам, традициям, идеалам; прогнозирует возможные перспективы социальных и политических изменений в обществе.

**Субкультура политическая** – политическая культура, характерная для разных социальных слоев и групп населения.

**Традиции политические** – способ бытия и воспроизводства элементов социального и культурного наследия, фиксирующий устойчивость и преемственность опыта поколений, времен и эпох. Традиции присутствуют во всех сферах человеческой жизнедеятельности. В содержательном плане традиции аккумулируют в себе некую систему норм, обычаев и мировоззренческих установок как наиболее значимую часть «классического» наследия данного социума.

В функциональном плане традиции выступают посредником между современностью и прошлым.

**Общественное мнение** – совокупность суждений и оценок, характеризующих состояние массового (группового) сознания, оказывающее влияние на содержание и характер разнообразных политических процессов (изменений в сфере государственной власти). Ю. Хабермас определяет общественное мнение как совокупность позиций людей, обладающих образованностью и владеющих собственностью, чье групповое мнение претендует на общезначимость политических позиций. Объектом общественного мнения могут выступать любые факты и явления социальной жизни.

Функции общественного мнения: репрезентация текущей политики в глазах общественности; обеспечение обратной связи в

системе государственного управления; повышение степени легитимности правящего режима; социализация граждан.

**Политическая пропаганда** (от англ. Propagate – распространять). Политическая пропаганда - это основная форма односторонней организации информационных потоков в сфере власти, формирующаяся без учета мнения реципиентов.

**Манипулирование** – форма управления мышлением и поведением реципиента, противостоящая его самостоятельному выбору и ведущая к его неосознанному или мало осознанному подчинению коммуникатору.

**Агитация** (от лат. Agitation – приведение в движение) – разновидность не маркетинговых коммуникаций при сохранении характерных для этого типа информационных обменов. Основной акцент делает на изменение практической активности поведения реципиента.

**Нейролингвистическое программирование (НЛП)** – эффективная агитационная технология, обеспечивающая управление мышлением и поведением человека. Базируется на представлениях, что поведение человека основано на неврологических реакциях, упорядочивающих мыслительные и поведенческие реакции перед вступлением в коммуникацию.

**PR** – один из ведущих способов установления коммуникаций маркетингового типа. Идею PR впервые воплотил Э. Бернайз, создавший первую консультационную фирму в 1919 г. по налаживанию публичных связей корпораций с общественностью. Существует более 450 определений PR. Э. Бернайз писал, что PR - это «усилия, направленные на то, чтобы ...гармонизировать деятельность организации в соответствии с интересами общественности, и наоборот».

**Политическая реклама** – это текст аргументированного обращения к покупателям, формируемый в условиях конкуренции и направленный на ознакомление с тем или иным политическим товаром, популяризации преимуществ предлагаемой продукции, а также создание активного спроса на нее и расширение продаж.

**Информационный лоббизм** – разновидность маркетинговых коммуникаций, ориентирован на установление двухсторонних отношений и образование обратных связей коммуникатора и реципиента.

**Массовая коммуникация** – передача от власти к обществу (и в обратном направлении) определенных образцов, смыслов, значений, своеобразная форма распространения информации с целью контроля граждан.

**Функции СМИ:** информационная, функция представительства интересов, групповой солидаризации, функция критики власти, передачи социального опыта и социализации граждан, функция защиты социально слабых групп населения, функция опережающей диагностики, усыпления активности граждан.

**Технология диверсии внимания** – технология сосредоточения внимания общественности на малозначимых событиях, затеняющих невыгодные политические факты.

**Технология «повозки с оркестром»** - технология присоединения отдельного индивида или группы к распространяемой точке зрения с целью побудить к модели поведения «как все», «единым фронтом», не остаться «белой вороной».

Технология фрагментации и вала информации («белого шума») – это способ информирования, когда либо весь информационный поток дробится на ряд сведений, не имеющих внутренней связи, либо информация подается без комментариев специалистов единым необработанным потоком, что не позволяет человеку разобраться в сути, отделить существенное от несущественного.

**Технология ложных аналогий** – это способ проекции на субъекта (оппонента) негативных намерений или действий, которые он не совершал. Это форма закамуфлированного обвинения субъекта в гипотетических преступлениях.

**Технология набора аналогий** – сознательное конструирование фактов, сопровождающееся подбором соответствующих ярких метафор, способных запрограммировать отношение человека к определенному объекту.

**Технология семантического манипулирования** – это многозначное толкование явлений, задающее противоречивые смыслы с целью закрепить в сознании человека искусственно заданные смыслы и оценки событий.

**Государственная информационная политика** – это совокупность взаимосвязанных действий, направленных на создание условий получения гражданами информации, удовлетворяющих их базовые потребности и интересы.

**Информационные угрозы** – потенциальные состояния проявления негативного информационного воздействия, способного

приобрести характер опасности, как для общества, так и для государства.

**Информационная кампания** – заранее спланированный комплекс взаимосвязанных коммуникационных действий, специально разработанных для обеспечения конкретных целей коммуникатора путем целенаправленного воздействия на общественное мнение и позиции контрагента.

**Информационная война** – наиболее острая форма конфронтации в информационном пространстве для обеспечения ведения военно-силовых действий.

**Гражданские инициативы** – разнообразные формы общественной деятельности граждан, берущих на себя ответственность за решение определенных общественных проблем. Субъектами гражданских инициатив могут выступать представители политических партий, общественно-политических организаций и объединений и т.п. Масштабы гражданских инициатив – основной критерий развитости гражданского общества.

**Интерес политический** – зависимость между социальным положением индивида или группы и политической властью. Содержание политического интереса включает стремление к оказанию влияния на распределение власти и благ. Политический интерес лежит в основе мотивационного участия граждан в политической жизни и управлении государственными делами.

**Политические ценности** – объекты интересов субъектов политики, некий эталон должного в политике, выполняющий роль ориентиров в политике.

**Избирательная кампания** – система агитационных мероприятий, осуществляемых кандидатами на выборные должности и партиями в избирательной борьбе, после официального утверждения в качестве таковых, с целью обеспечить себе максимальную поддержку избирателей на предстоящих выборах.

**Прямые выборы** – выборы, при которых избиратели отдают свои голоса непосредственно за кандидата на должность.

**Пассивное избирательное право** – право выставлять свою кандидатуру на выборах органов власти.

**Активное избирательное право** – право голосовать на выборах.



## **✍ ТЕМАТИКА РЕФЕРАТОВ**

1. Роль личности в политической жизни общества.
2. Личность в политическом развитии России.
3. Проблема личности в политической науке.
4. Роль личности в политической жизни общества.
5. Институты социализации в современном обществе.
6. Гражданские права и свободы как фактор участия граждан в политике.
7. Нейролингвистическое программирование как инструмент манипулирования.
8. Информационный лоббизм в современном мире.
9. КПРФ и СМИ (Работа пресс-службы КПРФ и СМИ, манипулятивные приемы, используемые СМИ).
10. ЛДПР и СМИ (Работа пресс-службы ЛДПР и СМИ, манипулятивные приемы, используемые СМИ).
11. Единая Россия и СМИ (Работа пресс-службы Единой России и СМИ, манипулятивные приемы, используемые СМИ).
12. Юмор в политике: исторический экскурс.
13. Технологии политического маркетинга.
14. Теории политических коммуникаций.
15. Интернет в информационном обеспечении политических событий.
16. Особенности пропагандистских информационных технологий.
17. Черный пиар как политтехнология.
18. Реклама в политической жизни западных стран.
19. Национальные особенности политической пропаганды.
20. Государственная информационная политика.
21. Модели информационных кампаний в современном мире.
22. Отражение проблем глобализации в российской печати.
23. Информационно-аналитическое обеспечение избирательных кампаний России.
24. Политическая проблематика в российской печати/электронных СМИ.
25. Социальная проблематика российской печати/электронных СМИ.

## ☑ ТЕСТЫ

**1. Основной труд средневекового итальянского мыслителя Николо Макиавелли называется:**

- А) «Царь»;
- Б) «О граде Божьем»;
- В) Оба ответа не верны.

**2. Конформизм – это стремление человека к:**

- А) Наиболее комфортным условиям существования;
- Б) Поступать так, как поступает большинство;
- В) Быть независимым от господствующего мнения.

**3. Кто является основателем либерализма как идейно-политического направления?**

- А) Т. Гоббс;
- Б) Т. Мор;
- В) Дж. Локк.

**4. Кто является основателем консерватизма как идейно-политического направления?**

- А) Ф. Гегель;
- Б) Э. Берк;
- В) И. Кант.

**5. О ком А. С. Пушкин в романе «Евгений Онегин» написал следующие слова: «Защитник вольности и прав»?**

- А) Дж. Локк;
- Б) Ш. Монтескье;
- В) Ж. Ж. Руссо.

**6. Если понимать политическое участие как действия, посредством которых люди влияют на власть, с целью осуществления своих интересов, то включаются ли в понятие «политическое участие» политические знания и убеждения человека?**

- А) Да;
- Б) Нет.

**7. Кто из древних авторов рассматривал человека как «существо политическое», а гражданином считал того, кто «участвует в суде и в народном собрании»?**

- А) Платон;
- Б) Конфуций;
- В) Аристотель.

**8. Среди различных концепций демократии есть такие, которые рассматривают политическое участие в качестве важнейшего фактора функционирования политической системы. Назовите эту концепцию демократии.**

- А) Концепция плюралистической демократии;
- Б) Концепция партиципаторной демократии;
- В) Концепция элитарной демократии.

**9. Один из авторов XX века подчеркивал, что «основным политическим вопросом нашего времени является вопрос о том, можно ли демократизировать массы, способен ли вообще средний по своей природе человек фактически включить в свою жизнь ответственное соучастие в качестве государственного подданного посредством соучастия в знании и в принятии решений об основных направлениях политики». Назовите этого автора.**

- А) Р. Даль;
- Б) К. Ясперс;
- В) Г. Алмонд.

**10. Большими группами называют:**

- А) Группы с количеством участников более 100;
- Б) Группы с количеством участников более 1000;
- В) Большие группы, как правило выделяются по социально-демографическим признакам: класс, религиозная принадлежность, национальная принадлежность.

**11. Кому принадлежит следующее суждение о группах интересов: «Нет такой группы, у которой не было бы своего интереса. Групп без интереса не существует, а их количество ограничивается лишь одним показателем — интересами, ради которых они созданы и действуют»?**

- А) М. Вебер;
- Б) А. Бентли;

В) Р. Михельс.

**12. Среди групп интересов различают политические и неполитические группы интересов. Укажите критерий выделения политических групп интересов (групп давления).**

- А) Приобретение и использование власти;
- Б) Влияние на власть.

**13. Каким общественным объединениям характерна такая форма деятельности, как «влияние на власть»?**

- А) Группам давления;
- Б) Политическим партиям.

**14. Одна из важных функций групп интересов заключается в артикуляции интересов. Что такое артикуляция интересов?**

- А) Согласование интересов;
- Б) Мобилизация интересов;
- В) Преобразование смутных массовых требований в четкие формулировки и лозунги.

**15. Что является критерием выделения среди различных групп интересов групп давления?**

- 1) Лоббирование интересов;
- Б) Приобретение и использование власти;
- В) Удовлетворение определенных потребностей людей.

**16. Существует ли в России закон о регулировании лоббистской деятельности?**

- А) Да;
- Б) Нет.

**17. Известны ли в мировой политической практике удачные результаты лоббирования посредством новых технологий (например, лоббирование посредством компьютерных сетей)?**

- А) Да;
- Б) Нет.

**18. Что необходимо в первую очередь для профессионального лоббирования?**

- А) Знать теорию и практику лоббизма;
- Б) Знать систему власти и схемы подготовки и принятия решений.

**19. Отмечая неоднозначность результатов широкого политического участия, один из современных авторов в качестве причины противоречивости массового участия указывает недостаточную компетентность граждан. Он пишет: «...даже в странах, где демократические институты существуют на протяжении уже нескольких поколений приходится сталкиваться со все большим числом фактов, указывающих на недостаточную компетентность граждан». Укажите этого автора.**

- А) Р. Даль;
- Б) Х. Арендт.

**20. Кто из авторов понимал «культуру участия» как социальное партнерство, при котором государственная власть рассматривается одновременно и в плане производства норм и распоряжений, которым нужно подчиняться в силу их рационального характера и эффективности, и в плане идущего снизу участия в принятии политических решений?**

- А) Г. Моска и В. Парето;
- Б) Г. Алмонд и С. Верба.

**21. Вставьте пропущенное слово: «При классификации различных форм политического участия выделяют следующие противоположные формы политического участия: Участие как сотрудничество — Участие как ...?»**

**22. Конвенциональная толпа – это:**

- А) Толпа, собравшаяся по заранее известному поводу;
- Б) совокупность людей, совместно выражающих общие эмоции;
- В) экстремальная форма экспрессивной толпы. Достигшие экстаза люди самозабвенно истязают себя цепями, рвут на себе одежду, танцуют до изнеможения, подчас смертельного, не в силах остановиться, и т. д.

**23. Экспрессивная толпа – это:**

А) множество людей (зеваки), собравшихся по поводу неожиданного уличного происшествия. Доминирующая эмоция – любопытство;

Б) Толпа, собравшаяся по заранее известному поводу;

В) совокупность людей, совместно выражающих общие эмоции.

**24. Экстатическая толпа – это:**

А) Толпа, собравшаяся по заранее известному поводу;

Б) совокупность людей, совместно выражающих общие эмоции;

В) экстремальная форма экспрессивной толпы. Достижение экстаза люди самозабвенно истязают себя цепями, рвут на себе одежду, танцуют до изнеможения, подчас смертельного, не в силах остановиться, и т. д.

**25. Окаzionaleнная толпа – это:**

А) множество людей (зеваки), собравшихся по поводу неожиданного уличного происшествия. Доминирующая эмоция – любопытство;

Б) Толпа, собравшаяся по заранее известному поводу;

В) совокупность людей, совместно выражающих общие эмоции.

**26. Выберите правильный вариант происхождения термина «пропаганда»:**

А) Место, где собирались для обсуждения важных вопросов граждане древних Афин;

Б) От названия католической организации, созданной для распространения веры;

В) Термин введен в обиход один из первых специалистов по связям с общественностью Айви Ли.

**27. Найдите верное отношение между понятиями «пропаганда» и «агитация»:**

А) Эти термины равнозначны;

Б) Агитация отличается тем, что побуждает людей к конкретным действиям;

В) Пропаганда нацелена на формирование общественного мнения;

Г) Эти понятия не связаны.

**28. Назовите средства пропаганды:**

- А) Газеты, плакаты, телевидение;
- Б) Кино, театр, литература;
- В) Средствами пропаганды могут выступать любые «медиа», воздействующие на массовую аудиторию.

**29. Кто занимал должность министра пропаганды и народного просвещения в нацистской Германии?**

- А) Герман Геринг;
- Б) Генрих Гиммлер;
- В) Йозеф Геббельс.

**30. В чем отличия позитивной и негативной пропаганды:**

- А) Позитивная пропаганда побуждает к действию, а негативная убеждает прекратить какие-либо действия;
- Б) Позитивная пропаганда создана в интересах аудитории. Негативная пропаганда предназначена для манипуляций общественным мнением;
- В) Оба ответа не верны.

**31. Чем отличается пропаганда от рекламы:**

- А) Два идентичных термина, распространённых в разное время;
- Б) Реклама всегда нацелена на извлечение коммерческой прибыли, а пропаганда на манипулирование политическим поведением;
- В) Реклама несет в себе, главным образом, эмоциональное воздействие. Пропаганда совмещает рациональное убеждение и эмоциональное воздействие.

**32. Что исторически означает термин «промывание мозгов»:**

- А) Комплекс методов по изменению общественного мнения, путем убеждения и уничтожения в сознании стереотипов восприятия;
- Б) Жесткое психофизиологическое воздействие с целью подавить психику, деформировать личность, а затем внушить необходимые идеи;
- В) Оба ответа не верны.

**33. Где и когда впервые появилась техника «промывания мозгов»:**

- А) Китай и Северная Корея в 1950-х;
- Б) Нацистская Германия, 1930-е;
- В) США, 1970-е.

**34 . «Методом Геббельса» называют:**

- А) Многократные повторы внушаемой информации;
- Б) Использование большой лжи, вместо маленькой;
- В) Влияние на сознание в период больших потрясений и кризисов.

**35. Термин «Информационная война» означает:**

- А) Воздействие на население другого государства средствами массовой информации, для достижения определенных целей;
- Б) Совокупность средств, для получения секретной информации другого государства;
- В) Оба ответа не верны.

**36. Труд философа Хосе Ортега-и-Гассета называется:**

- А) «Психология народов и масс»;
- Б) «Психология масс и анализ человеческого Я»;
- В) «Восстание масс».

**37. Одно из основных свойств толпы:**

- А) Деперсонализация;
- Б) Агрессивность;
- В) Детерминированность.

**38. Внушение – это:**

- А) Воздействие, при котором происходит некритическое восприятие информации;
- Б) Полное подчинение личности;
- В) Аргументация, построенная на заранее ложных сведениях.

**39. Является ли формой политического участия деловая встреча губернатора одной из областей РФ и Президента РФ**

- А) Да;
- Б) Нет.

**40. Укажите название палат российского парламента:**

- А) Государственная Дума;
- Б) Совет Федерации;
- В) Федеральное Собрание;
- Г) Государственный Совет.



**41. Укажите количественный состав Государственной Думы России:**

- А) 225
- Б) 450
- В) 178

**42. К какому типу политических систем относится политическая система в России?**

- А) Парламентский тип;
- Б) Президентский тип;
- В) Смешанный тип.

**43. Как называется российский парламент?**

- А) Государственная Дума;
- Б) Федеральное Собрание;
- В) Конституционное Собрание;
- Г) Государственный Совет;
- Д) Совет Федерации.

**44. Какое из названных объединений согласно Закону РФ «Об общественных объединениях» не может быть названо общественным объединением?**

- А) Спортивное объединение;
- Б) Коммерческое объединение;
- В) Профсоюзное объединение.

**45. В Конституции РФ (статья 32) отмечается, что «граждане Российской Федерации имеют право участвовать в управлении делами государства как непосредственно, так и через ....»**

Дополните пропущенное:

- А) Через политические партии;
- Б) Через своих представителей;
- В) Через участие в выборах.

**46. Какие формы политического участия закреплены в Конституции РФ (статья 3) как высшее непосредственное выражение власти народа?**

- А) Участие в работе органов власти;
- Б) Участие в работе органов местного самоуправления;
- В) Референдумы и свободные выборы.

## **Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)**

**Лекции** - В ходе лекционных занятий вести конспектирование учебного материала. Обращать внимание на категории, формулировки, раскрывающие содержание методологии и методики медиаисследований, научные выводы и практические рекомендации, положительный опыт в практике их проведения. Желательно оставить в рабочих конспектах поля, на которых делать пометки из рекомендованной литературы, дополняющие материал прослушанной лекции, а также подчеркивающие особую важность тех или иных теоретических положений. Задавать преподавателю уточняющие вопросы с целью уяснения теоретических положений, разрешения спорных ситуаций.

**Практические занятия** - В ходе подготовки к практическим занятиям изучить основную литературу, ознакомиться с дополнительной литературой, новыми публикациями в периодических изданиях: журналах, газетах и т.д. При этом учесть рекомендации преподавателя, требования учебной программы и методических указаний для студентов. Дорабатывать свой конспект лекции, делая в нем соответствующие записи из литературы, рекомендованной преподавателем и УМК и предусмотренной учебной программой. Подготовить тезисы для выступлений по всем учебным вопросам, выносимым на практическое занятие.

**Самостоятельная работа** - Студенты самостоятельно готовятся по предложенным темам курса, конспектируют основные положения по методам, методологии и методикам проведения политической аналитики в СМИ, формулируют тезисы ответов по заданной тематике. Для подготовки используются учебники и учебные пособия по современной медиааналитике политической сферы и государственного управления, Конституции РФ и другие законодательным актам, связанные с функционированием политической сферы и информационно-коммуникационного пространства.

**Письменная работа** - Подготовка письменной работы направлена на развитие и закрепление у студентов навыков самостоятельного глубокого, творческого и всестороннего анализа научной, методической и другой литературы по актуальным проблемам дисциплины; на выработку навыков и умений грамотно и убедительно излагать

материал, четко формулировать теоретические обобщения, выводы и практические рекомендации.

Письменные работы должны отвечать высоким квалификационным требованиям в отношении научности содержания и оформления.

Темы письменных работ, как правило, посвящены рассмотрению одной проблемы. Объем письменной работы может быть от 12 до 15 страниц машинописного текста, отпечатанного через 1,5 интервала, а на компьютере через 1 интервал (список литературы и приложения в объем не входят).

Текстовая часть работы состоит из введения, основной части и заключения.

Во введении студент кратко обосновывает актуальность избранной темы работы, раскрывает конкретные цели и задачи, которые он собирается решить в ходе своего небольшого исследования.

В основной части подробно раскрывается содержание вопроса (вопросов) темы.

В заключении кратко должны быть сформулированы полученные результаты исследования и даны выводы. Кроме того, заключение может включать предложения автора, в том числе и по дальнейшему изучению заинтересовавшей его проблемы.

В список литературы (источников и литературы) студент включает только те документы, которые он использовал при написании работы.

В приложении (приложения) к работе могут выноситься таблицы, графики, схемы и другие вспомогательные материалы, на которые имеются ссылки в тексте работы.

Письменная работа должна быть выполнена за один месяц до начала зачетной сессии.

**Письменное домашнее задание** - Перед письменной работой рекомендуется просмотреть тот материал, по которому проводится данная работа. При написании письменной работы, предварительно необходимо:

1) Собрать материал для ответа по основным вопросам темы и их аргументирование, т.е. составить развернутый план изложения материала;

2) затем приступить к ее написанию.

Успешное письменное высказывание должно логично и последовательно развивать мысль автора. При построении высказывания в письменной форме рекомендуется:

- четко определять содержание (какой тезис соответствует теме, какие положения доказывают этот тезис, раскрывая тему, какие выводы надо сделать из всего написанного);

- соблюдать структуру, принятую для данного типа письменного высказывания (эссе, письмо, резюме и др.);

- правильно выбирать грамматические структуры и лексические единицы, в том числе связующие слова, которые обеспечивают логичный и плавный переход от одной части к другой, а также внутри частей; использовать разные варианты построения предложения, прием перефразирования;

- избегать плагиата.

Важно планировать работу так, чтобы была возможность проверить свое письменное высказывание через определенное время после написания, что позволит увидеть недочеты и ошибки, незамеченные во время работы.

Следует помнить, что письменное высказывание - это раскрытие и аргументирование своей позиции, либо структура, наполненная личным содержанием, а не «украденные мысли».

**Устный опрос.** Устный опрос проводится по темам, определенным учебным планом. Легенды для конкретной работы предлагаются преподавателем. В работе должны быть четко определены постановка задачи, используемый инструментарий, пути решения задачи, подробный ход решения задачи, выводы. Приветствуется обсуждение и возможные альтернативные варианты решения. В ответе четко должен быть раскрыт вопрос.

**Контрольная работа.** Контрольная работа - самостоятельный труд студента, который способствует углублённому изучению пройденного материала. Цель выполняемой работы: - получить специальные знания по выбранной теме.

Основные задачи выполняемой работы: 1) закрепление полученных ранее теоретических знаний; 2) выработка навыков самостоятельной работы; 3) выяснение подготовленности студента к будущей практической работе.

Если выполняется теоретическая работа, весь процесс написания контрольной работы можно условно разделить на следующие этапы: а) выбор темы и составление предварительного плана работы; б) сбор научной информации, изучение литературы; в) анализ составных частей проблемы, изложение темы; г) обработка материала в целом.

Тема контрольной работы выбирается студентом самостоятельно из предложенного списка тем. В случае выполнения практического

задания (заданий) написание контрольной работы включает: а) составление предварительного плана работы; б) сбор научной информации, изучение литературы; в) выполнение заданий.

Подготовку контрольной работы следует начинать с повторения соответствующего раздела учебника, учебных пособий по данной теме и конспектов лекций прочитанных ранее. Приступать к выполнению работы без изучения основных положений и понятий науки, не следует, так как в этом случае студент, как правило, плохо ориентируется в материале, не может отграничить смежные вопросы и сосредоточить внимание на основных, первостепенных проблемах рассматриваемой темы. После выбора темы необходимо внимательно изучить методические рекомендации по подготовке контрольной работы, составить план работы, который должен включать основные вопросы, охватывающие в целом всю прорабатываемую тему.

Требования к содержанию контрольной работы. В содержании теоретической контрольной работы необходимо показать знание рекомендованной литературы по данной теме, но при этом следует правильно пользоваться первоисточниками, избегать чрезмерного цитирования. При использовании цитат необходимо указывать точные ссылки на используемый источник: указание автора (авторов), название работы, место и год издания, страницы. В процессе работы над первоисточниками целесообразно делать записи, выписки абзацев, цитат, относящихся к избранной теме. При изучении специальной юридической литературы (монографий, статей, рецензий и т.д.) важно обратить внимание на различные точки зрения авторов по исследуемому вопросу, на его приводимую аргументацию и выводы, которыми опровергаются иные концепции. Кроме рекомендованной специальной литературы, можно использовать любую дополнительную литературу, которая необходима для раскрытия темы контрольной работы.

**Экзамен.** Экзамен преследует цель оценить работу студента. Полученные теоретические знания, их прочность, развитие творческого мышления, приобретение навыков самостоятельной работы, умения синтезировать полученные знания и применять на практике решение практических задач. Лекции, семинары и контрольные работы являются важными этапами подготовки к экзамену, поскольку студент имеет возможность оценить уровень собственных знаний и своевременно восполнить имеющиеся пробелы. В этой связи необходимо для подготовки к экзамену первоначально прочитать лекционный материал, а также соответствующие разделы рекомендуемых учебных пособий.

Лучшим вариантом является тот, при котором студент использует при подготовке как минимум два учебных пособия. Это способствует разностороннему восприятию конкретной темы. Для качественной подготовки к экзамену необходимо привлекать материалы научно-периодических изданий, а также материалы подготовленных и зачетных творческих заданий.

## **☑ ВОПРОСЫ ДЛЯ САМОКОНТРОЛЯ**

1. Предмет и объект медиаанализа.
2. Методология и техника медиаанализа политической сферы.
3. Возникновение и основные этапы институционализации медиаанализа политических процессов.
4. Основные подходы к определению категории "медиаанализа".
7. Потребители и субъекты медиаанализа сферы политики и управления.
8. Особенности медиаанализа политических процессов и отношений.
11. Основные способы классификации методов медиаанализа.
12. Возникновение и основные этапы становления медиаанализа сферы политики.
13. Основные этапы процедуры медиаанализа политического развития и их содержание.
14. Процесс медиаанализа сферы политики и его содержание.
15. Анализ политической ситуации и его основные виды.
16. Стадия разработки плана - программы медиаанализа.
17. Этап сбора эмпирических данных медиаанализа: источники и основные способы.
18. Этапы обработки и интерпретации полученных результатов. Аналитический отчет и его основные разделы.
19. Основные этапы в развитии методологии медиаанализа.
20. Методы анализа документальных источников.
21. Статистические источники и технология их использования в анализе политической сферы.
22. Метод наблюдения и опыт его применения в изучении политических явлений.
23. Эксперимент в медиаисследовании: планирование

и проведение.

31. Что нового привнес системный подход в познание политических явлений?

32. Рассмотрите и проиллюстрируйте примерами Использование системного подхода в медиаисследовании.

33. В чем проявляется особенность использования системного подхода при исследовании сферы политики и управления?

35. Можно ли утверждать, что системный подход является универсальным аналитическим средством познания политических явлений?

36. Понятие системы и ее классификация

37. Принципы и структура системного анализа.

38. Основные характеристики системы.

39. Структура, сущность и основные виды системной аналитики.

40. Система и среда.

41. Состояние и поведение системы.

42. Процедура и этапы проведения системного анализа.

43. Системный метод исследования политических процессов и отношений.

46. Анализ и оценка политической среды.

49. Этап сбора и анализа информации о политических процессах.

56. Контент-анализ в исследовании политических ситуаций и процессов.

57. Сущность контент-анализа как метода исследования политической сферы.

58. Типы информационных массивов и единицы контент-анализа.

## **Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины**

### **Основная литература:**

1. PR: методы работы со средствами массовой информации : учеб. пособие / Б.Р. Мандель. ? 2-е изд., испр. и доп. ? М. : Вузовский учебник : ИНФРА-М, 2018. ? 238 с. Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/961413>

2. Морозова Г.В., Политология [Электронный ресурс] : учебник / Г.В. Морозова [и др.]. - Казань : Изд-во Казан. ун-та, 2013. - 384 с. - ISBN 978-5-00019-109-5 - Режим доступа: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785000191095.html>

3. Гаман-Голутвина О.В., Сравнительная политология: Учебник [Электронный ресурс] / Гаман-Голутвина О.В. - М. : Аспект Пресс, 2015. - 752 с. - ISBN 978-5-7567-0771-7 - Режим доступа: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785756707717.html>

#### **Дополнительная литература:**

1. Политическая коммуникация: опыт мультимодального и критического дискурс-анализа: Монография / Детинко Ю.И., Куликова Л.В. - Красноярск:СФУ, 2017. - 168 с.: ISBN 978-5-7638-3468-0 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/966996>

2. Киселев Александр Георгиевич Теория и практика массовой информации: Общество - СМИ - власть: Учебник для студентов вузов, обучающихся по специальности 'Связи с общественностью' / Киселев А.Г. - М.:ЮНИТИ-ДАНА, 2015. - 431 с.: 60x90 1/16 ISBN 978-5-238-01742-6 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/883125>

3. Кулагин В.М. Международная безопасность: учеб. пособие для студентов вузов по направлениям подгот. и спец. "Междунар. отношения" и "Регионоведение" / В.М. Кулагин.-Москва: Аспект пресс, 2007. 317, [1] с. (8 экз.)

4. Лукашева Е.А.. Человек, право, цивилизации: нормативно-ценностное измерение / Е. А. Лукашева; Ин-т государства и права Рос. акад. наук.-Москва: НОРМА, 2009. 383 с. (1 экз.)

5. Пономарева, Елена Георгиевна. Современная Россия: политические отношения и политические институты: учебник для студентов вузов, обучающихся по направлениям подготовки и специальностям "Международные отношения", "Регионоведение", и "Связи с общественностью": для студентов вузов, обучающихся по направлениям подготовки и специальностям "Международные отношения", "Регионоведение" и "Связи с общественностью" / Е. Г. Пономарева; Москов. гос. ин-т междунар. отношений (ун-т), МИД России.-Москва: МГИМО-Университет, 2006.-299,[1] с. (1экз.)

6. В.Заводников. О промышленной политики Российской Федерации // Общество и экономики. - №2-3 - 2007 - с.5-39. (кафедральный фонд)

#### ***Программное обеспечение и Интернет-ресурсы***



1. Российская ассоциация по связям с общественностью  
<http://www.raso.ru/>
2. Профессиональный портал для специалистов по связям с общественностью <http://www.sovetnik.ru/>
3. Тематический портал, посвященный рекламе, маркетингу, PR.  
<http://www.advertology.ru/>
4. ЦПК «НикколоМ» <http://www.nikkolom.ru/>
5. Фонд общественного мнения (ФОМ) <http://www.fom.ru>
6. Профессиональный научно-популярный журнал «PR-Диалог»  
<http://www.pr-dialog.com>

## **МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

Мультимедийный класс, включающий в себя компьютер в комплекте, подключенный к сети интернет, проектор, проекционный экран

Компьютерный класс, включающий в себя необходимое количество компьютеров в комплекте, подключенных к сети интернет, в расчете на 1 студенческую группу, и обеспечивающий возможность во время практического занятия проводить мониторинг в специализированных справочных правовых системах, мониторинг федеральных и региональных СМИ.

Доступ к сети Интернет (во время самостоятельной подготовки и на практических занятиях), доступ к традиционным книжным и электронным ресурсам научной библиотеки.