

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное учреждение
высшего профессионального образования
"Казанский (Приволжский) федеральный университет"
Центр бакалавриата Развитие территорий



УТВЕРЖДАЮ

Проректор по образовательной деятельности КФУ

Проф. Таюрский Д.А.



_____ 20__ г.

подписано электронно-цифровой подписью

Программа дисциплины

Государственное управление информационными процессами Б1.В.ДВ.7

Направление подготовки: 38.03.04 - Государственное и муниципальное управление

Профиль подготовки: не предусмотрено

Квалификация выпускника: бакалавр

Форма обучения: очное

Язык обучения: русский

Автор(ы):

Леонтьева Л.С.

Рецензент(ы):

Глебова И.С.

СОГЛАСОВАНО:

Заведующий(ая) кафедрой: Глебова И. С.

Протокол заседания кафедры No ____ от " ____ " _____ 201__ г

Учебно-методическая комиссия Института управления, экономики и финансов (центр бакалавриата: развитие территорий):

Протокол заседания УМК No ____ от " ____ " _____ 201__ г

Регистрационный No 948353817

Казань
2017

Содержание

1. Цели освоения дисциплины
2. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы
3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины /модуля
4. Структура и содержание дисциплины/ модуля
5. Образовательные технологии, включая интерактивные формы обучения
6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов
7. Литература
8. Интернет-ресурсы
9. Материально-техническое обеспечение дисциплины/модуля согласно утвержденному учебному плану

Программу дисциплины разработал(а)(и) доцент, к.н. (доцент) Леонтьева Л.С. кафедры государственного и муниципального управления Институт управления, экономики и финансов, L.Leonteva@kpfu.ru

1. Цели освоения дисциплины

цель курса "Государственное управление информационными процессами" - формирование и развитие способностей к аналитическому мышлению, ориентации в современных информационных процессах политической жизни России и умения творчески исследовать новые социально-политические, информационно-медийные реалии.

2. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы высшего профессионального образования

Данная учебная дисциплина включена в раздел " Б1.В.ДВ.7 Дисциплины (модули)" основной образовательной программы 38.03.04 Государственное и муниципальное управление и относится к дисциплинам по выбору. Осваивается на 4 курсе, 8 семестр.

Методология учебного курса базируется на системном подходе к изучению информационных процессов и политических явлений, на междисциплинарном подходе, способствующем закреплению учебного материала в едином информационно-познавательном пространстве, в индивидуальной системе ассоциативных и фактологических связей со смежными учебными дисциплинами. В соответствии с базовыми планами по специальности "Государственное и муниципальное управление" такими учебными дисциплинами являются "Управление общественными отношениями", "Государственная служба и кадровая политика", "Система государственного и муниципального управления", "Психология и педагогика" и др

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины /модуля

В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции:

Шифр компетенции	Расшифровка приобретаемой компетенции
ОК-4 (общекультурные компетенции)	умением анализировать и оценивать исторические события и процессы
ОК-8 (общекультурные компетенции)	способностью находить организационно - управленческие решения и готовностью нести за них ответственность
ПК-16 (профессиональные компетенции)	способностью учитывать аспекты корпоративной социальной ответственности при разработке и реализации стратегии организации

В результате освоения дисциплины студент:

1. должен знать:

? знать теорию анализа информационных процессов, теорию и практику их организации, познания механизмов воздействия средств массовой информации и массовой коммуникации на массовое сознание, исследования системы субъектов информационного взаимодействия, природы политической и информационной власти

? знать особенности и принципы взаимодействия государственной и муниципальной службы со средствами массовой информации, государственного регулирования и саморегулирования СМИ и МК, правовых основ государственной информационной политики.

2. должен уметь:

? уметь анализировать информационную составляющую политики российского государства, знать структурные элементы государственной информационной политики.

3. должен владеть:

? владеть навыками сравнительного анализа информационных особенностей политических систем и политического процесса в России и других странах.

4. должен демонстрировать способность и готовность:

Студент должен:

? Понимать сущность и специфику современных информационно-коммуникативных отношений и особенностей их государственного и негосударственного регулирования

? знать теорию анализа информационных процессов, теорию и практику их организации, познания механизмов воздействия средств массовой информации и массовой коммуникации на массовое сознание, исследования системы субъектов информационного взаимодействия, природы политической и информационной власти

? владеть навыками сравнительного анализа информационных особенностей политических систем и политического процесса в России и других странах.

? уметь анализировать информационную составляющую политики российского государства, знать структурные элементы государственной информационной политики.

? знать особенности и принципы взаимодействия государственной и муниципальной службы со средствами массовой информации, государственного регулирования и саморегулирования СМИ и МК, правовых основ государственной информационной политики.

4. Структура и содержание дисциплины/ модуля

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

Форма промежуточного контроля дисциплины экзамен в 8 семестре.

Суммарно по дисциплине можно получить 100 баллов, из них текущая работа оценивается в 50 баллов, итоговая форма контроля - в 50 баллов. Минимальное количество для допуска к зачету 28 баллов.

86 баллов и более - "отлично" (отл.);

71-85 баллов - "хорошо" (хор.);

55-70 баллов - "удовлетворительно" (удов.);

54 балла и менее - "неудовлетворительно" (неуд.).

4.1 Структура и содержание аудиторной работы по дисциплине/ модулю

Тематический план дисциплины/модуля

N	Раздел Дисциплины/ Модуля	Семестр	Неделя семестра	Виды и часы аудиторной работы, их трудоемкость (в часах)			Текущие формы контроля
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	
1.	Тема 1. Теоретические основы исследования информационных процессов	8	1	2	2	0	Устный опрос
2.	Тема 2. Массовая информационная сфера как объект управления	8	2	2	4	0	Устный опрос

N	Раздел Дисциплины/ Модуля	Семестр	Неделя семестра	Виды и часы аудиторной работы, их трудоемкость (в часах)			Текущие формы контроля
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	
3.	Тема 3. Информационно-коммуникативная сущность власти	8	3	2	2	0	Дискуссия
4.	Тема 4. Информационная политика в системе государственного управления	8	4	2	2	0	Тестирование
5.	Тема 5. Менталитет и информационная политика: проблемы идентичности	8	5	2	2	0	Коллоквиум
6.	Тема 6. Социальная реклама как фактор управления информационными процессами	8	5	2	2	0	Творческое задание
7.	Тема 7. СМИ и МК как инструмент управления информационными процессами	8	6	2	2	0	Устный опрос
8.	Тема 8. Свобода слова: философские основания, политологическое содержание и правовые основы	8	7	2	2	0	Дискуссия
9.	Тема 9. Право на информацию: проблемы законодательного регулирования	8	8	2	2	0	Устный опрос
10.	Тема 10. Нравственная саморегуляция СМИ. Проблема ответственности в журналистике	8	9	2	2	0	Дискуссия
11.	Тема 11. Государственная служба и СМИ как единая информационная система	8	10	4	4	0	Устный опрос

N	Раздел Дисциплины/ Модуля	Семестр	Неделя семестра	Виды и часы аудиторной работы, их трудоемкость (в часах)			Текущие формы контроля
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	
12.	Тема 12. Государственная имиджевая политика как инструмент информационной деятельности государства	8	12	2	2	0	Устный опрос
	Тема . Итоговая форма контроля	8		0	0	0	Экзамен
	Итого			26	28	0	

4.2 Содержание дисциплины

Тема 1. Теоретические основы исследования информационных процессов

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Информационный процесс как совокупность единства многообразия различных потоков воспроизводства, восприятия, оценки, отношения, диспозиции и позиции к информации и формирования на этой основе мотивов социального поведения. Общественное сознание как процесс отражения действительности и как результат, продукт отражения, воздействующий на общественное бытие. Информационная потребность в структуре потребностей личности. Потребность ? Интерес ? Осознание ? Деятельность ? Отношения ? Общественное сознание ? СМИ и МК. Соотношение массового сознания и общественного сознания. Различные оценки ?массы? в современной социологии и психологии. Диалектика массовизации и индивидуализации в современном обществе. Основные составляющие массового сознания. Информационное поле социума как коммуникативные связи: объект-субъектные, субъект-объектные, субъект-субъектные отношения; Возможность целенаправленного формирования и управления инфопотоками. Информационное поле как базовый элемент информационного пространства. Подходы к определению информационного пространства (инфосфера). Информационно-коммуникативное поле российского социума.

практическое занятие (2 часа(ов)):

1. Социальная информация как дискурсивное звено во взаимодействии общественного бытия и общественного сознания. 2. Социальная информатология: специфика и развитие на стыке гуманитарных наук. 3. Социокоммуникативный метод анализа информационных процессов. 4. Синергетическая и немарковская парадигмы исследования информационных процессов. 5. Информационное поле, пространство, потоки: понятие, принципы формирования.

Тема 2. Массовая информационная сфера как объект управления

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Массовая информационная сфера как проекция политической и экономической трансформации российского общества; Сфера деятельности, связанная с созданием, преобразованием и использованием информации; Информационная сфера как инструмент самоорганизации социальной системы, сохранения стабильности Основное противоречие функционирования информационной сферы как результат взаимодействия целенаправленных внешних управленческих воздействий и интерпретации социальной ситуации в сознании коллективного субъекта. Создание стимулов развития информационной системы, идентичных принципам ее самоорганизации - условие эффективности управления информационными процессами.

практическое занятие (4 часа(ов)):

1. Массовая информационная сфера как инструмент самоорганизации социальной системы, особенности функционирования. 2. Массовое сознание как поле реализации различных информационных стратегий: ? Сильные и слабые стороны ? жестких?, императивных информационных стратегий ? ? жесткой? пропаганды, стратегий прямого директивного воздействия. ? Преимущества и недостатки манипулятивных информационных стратегий ? ? символической?, ? проникающей? пропаганды. ? Успехи и неудачи диалоговых информационных стратегий - создание искусственных информационных сред, формирование ? социальных? моделей. ? Сравнительный анализ эффективности императивных, манипулятивных и диалоговых информационных стратегий.

Тема 3. Информационно- коммуникативная сущность власти

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Природа политической и информационной власти. Власть как механизм доминирования и влияния, один из видов взаимодействий и взаимоотношений. Коммуникация как социальный механизм возникновения и реализации власти в обществе. Важнейшая функция власти ? функция коммуникации (Ю.Хабермас). Модели власти: волюнтаристская, герменевтическая (коммуникативная), структуралистская, постмодернистская. Коммуникативная сущность политической власти раскрывается как процесс коммуникативно-дискурсивного взаимодействия. Легитимность власти как доверие, признание, подтверждение законности. Публичность власти, т.е. дискурсивность, открытость в принятии и реализации большинства политических решений как фактор преодоления отчуждения. Информационная власть как способность и возможность оказывать воздействие на сознание, психику и поведение людей с помощью информации. Субъекты информационной власти - государство, политики, олигархи, журналисты, гражданское общество.

практическое занятие (2 часа(ов)):

Коммуникативная легитимность власти как критерий гомеостаза политической системы и эффективности управления информационными процессами. Процессы деидеологизации и реидеологизации в российской политике, поиск ? объединяющей идеи?. Мотивационное управление информационными процессами. Рефлексивное управление как внутренний момент самоорганизации информационных систем Социальный психоанализ и управление информационными процессами

Тема 4. Информационная политика в системе государственного управления

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Система государственного управления как информационно-коммуникативная система. Модель К.Дойча Доктрина информационной безопасности России: национальные интересы России в информационной сфере. Взаимоотношения государства и средств массовой информации как составляющая государственной информационной политики. Пространство информационной политики: общественный модус (общество-СМИ-государство); государственный модус (государство-СМИ-общество). Информационно-коммуникативное пространство как поле взаимодействия гражданских структур, массмедиа, органов власти. Субстанциональные факторы формирования: 1) Общественная информационная политика; Частная информационная политика; 2) Государственная информационная политика, 3) Корпоративная (медийная) информационная политика. Государственная информационная политика как система идей, установок, методов и средств, с помощью которых государство осуществляет регулирование информационных отношений в политической системе в целях обеспечения сбалансированности интересов личности, общества и государства. Субъекты информационной политики ? государство, государственные органы, институты гражданского общества, медиахолдинги, СМИ и МК, частные лица. Субъекты государственной информационной политики ? акторы властных, политических отношений, государственная служба. Объекты государственной информационной политики ? отношения и процессы в информационной сфере. Научные принципы формирования государственной информационной политики

практическое занятие (2 часа(ов)):

1. Государственное управление как информационно-коммуникативная система. 2. Государство как основной субъект политики. Правомерность постановки вопроса о государственном управлении информационной сферой. Проблемы необходимости и достаточности. 3. Характер информационной политики как стратегическая линия государства. 4. Модели информационной политики в социуме. 5. Функции государственной информационной политики и модусы социальной коммуникации. 6. Формирование и распределение информационных ресурсов государственного управления

Тема 5. Менталитет и информационная политика: проблемы идентичности

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Сущность понятия ?идентичность. Виды идентичности. Базовая идентичность ? ментальная. Соотношение категорий ?идентичность? и ?менталитет?. Менталитет как совокупность архетипических догматов, историко-мировоззренческих стереотипов мышления и мотивов поведения, свойств глубинной психологии и устойчивых, традиционных ценностей, черт национального характера. Закон ментальной идентичности отражает объективные связи между компонентами менталитета и между явлениями, процессами, происходящими в обществе на данный исторический момент времени. Следование данному закону с помощью механизмов идентичности и идентификации. Социальная идентичность как соответствие, принципов построения социального государства, эффективности социальной политики и принимаемых в этих целях решений глубинным представлениям большинства граждан. Национальная идентичность как соответствие решений в области национальной политики национальному самосознанию. Органическое единство социальной и национальной идентичности как совпадение социального, национального самосознания и психологии исторически и культурно сложившемуся социальному и национальному характеру народа, его коллективному бессознательному. Изменение типа российской экономики - ломка социального характера, смена идеи, идеалов. Аномия - ценностная дезориентация - потеря идентичности. Аномия как фиксация разрыва между ожиданиями, целями, формулируемыми политиками, одобряемыми в обществе и реальными средствами их реализации.

практическое занятие (2 часа(ов)):

1. Закон ментальной идентичности и его проявление в информационных процессах. 2. Проблема социальной аномии и информационной идентичности. 3. Исторический опыт осуществления реформ в России с позиции принципа единства ментальной и информационной идентичности. 4. Социально-психологические процессы в региональной общности и информационные отношения. Единство национальной и информационной политики 5. Уровни государственной информационной политики. Специфика формирования информационной политики региональной и местной власти.

Тема 6. Социальная реклама как фактор управления информационными процессами

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Социальная реклама как коммуникативный механизм реализации государственного управления и саморегуляции социума; как социально значимая информация, включенная в коммуникативный процесс с целью стимулирования гражданской, социально одобренной активности в русле общечеловеческих, нравственных ценностей, обладающая способностью к саморегуляции в соответствии с вызовами трансформирующегося социума. Базовые представления о феномене рекламных коммуникаций: реклама как открытая информационная система. Логика рекламного верования: ?логика Деда Мороза? (Ж.Бодрийяр). Цель и функции рекламной коммуникации. Масскоммуникационные тенденции дальнейшего развития рекламы. Виды рекламы. Социальная реклама ? дискурс о духовных, нравственных ценностях, о социально значимых проблемах. Содержание социальной рекламы как социально-психологический баланс ?позитива? и ?негатива?, как форма общественной рефлексии. Социальная миссия социальной рекламы: информационно-коммуникативное, идеологическое обеспечение самоорганизации гражданского общества. ?Закон о рекламе? (13.03.2006г. ?38-ФЗ), ст.3, п.11. Виды социальной рекламы: 1)некоммерческая; 2)общественная; 3)государственная.

практическое занятие (2 часа(ов)):

Понятие социальной рекламы. ФЗ "О рекламе". Классификация рекламы, виды социальной рекламы. Функции, задачи, принципы создания социальной рекламы. Социальная реклама и идеология в системе государственного управления. Принцип информационно-ментальной идентичности в реализации функций социальной рекламы как коммуникатора в системе ?власть-СМИ-общество?.

Тема 7. СМИ и МК как инструмент управления информационными процессами

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Историческая и экономическая обусловленность места, роли и функций средств массовой информации в обществе. Процесс институционального закрепления информационно-коммуникативных отношений. От ?галактики Гутенберга? (символ ? газета как порождение классической журналистики) к ?галактике Маклюэна? (ТВ, постнеклассическая журналистика). Функции средств массовой информации в современном российском социально-политическом контексте. Механизмы взаимодействия СМИ, общества и государства: 1)правовые; 2) организационные; 3) финансовые; 4) этические. Типология информационно-коммуникативных отношений между гражданскими структурами, СМИ и органами власти: 1)апологетический тип; 2)антагонистический;3) смешанный. Классификация социально-поведенческих конструкторов, образующихся в процессе взаимодействия гражданских структур, органов власти и СМИ. ?Четыре теории прессы? Ф.Сиберта, У.Шрамма, Т.Петерсона: авторитарная и ?советская?, либертарианская и теория социальной ответственности прессы. ?Медовый период? (И.Засурский) начала перестройки в отношениях российских СМИ с властью и обществом, особенности последующей трансформации коммуникативных связей. Изменение идеологической парадигмы, экономического базиса и организационно-правового статуса российских СМИ. Политизация СМИ и медиатизация политики.

практическое занятие (2 часа(ов)):

1. Историческая и экономическая обусловленность места, роли и функций средств массовой информации в обществе. 2. Механизмы взаимодействия СМИ, общества и государства: правовые, организационные, финансовые, этические. 3. Типология информационно-коммуникативных отношений между гражданскими структурами, СМИ и органами власти 4. Трансформация статуса СМИ в сфере политики. Политизация СМИ и медиатизация политики. 5. Журналистика как общественно-политическая, информационная деятельность. 6. Журналистика как творчество. ?Визионерское творчество? (К.-Г.Юнг) в журналистике. 7. Информационный заказ и информационно-политическая диспозиция массмедиа. 8. Роль информационного менеджмента в реализации государственной информационной политики.

Тема 8. Свобода слова: философские основания, политологическое содержание и правовые основы

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Свобода слова в философском смысле ? возможность и способность субъектов объективировать в различных формах информацию, идеи, мысли, мнения, оценки, смыслы, значения, эмоции на основе коммуникации и ответственности. Свобода как состояние самоопределения субъекта, способного на основе разума, знания, информации, практики, ответственности определять цели и средства своей деятельности и тем самым полагать и преобразовывать бытие. Само-деятельность как выход за пределы утилитарной потребности, свобода не только ?от? (внешних ограничений, необходимости, пределов), т.е. негативная, но и ?для? (целеполагания, творчества), т.е. позитивная свобода. Слово как единица выражения и объективации мысли. Свобода слова как необходимое условие удовлетворения информационной и познавательной потребности человека, фактор социализации. Плюралистичность свободы слова. Историчность свободы слова. Взаимодетерминация с иными формами духовно-практического самоопределения человека. Свобода слова с политической точки зрения как конституционное политическое право человека, обеспечивающее возможность публично выражать свои мнения, убеждения в СМИ, на митингах, собраниях, а также защиту от принуждения к выражению своих мнений и убеждений или отказу от них. Свобода слова как условие, атрибут и абсолютная ценность демократии, одна из важнейших политических свобод. Политическое предназначение свободы слова: установление истины (дискурс); средство демократического правления; разрешение споров, не прибегая к насилию (сохранение равновесия между устойчивостью и изменениями в обществе); самореализация личности

практическое занятие (2 часа(ов)):

Свобода слова: философский аспект. Свобода слова: политико-правовой аспект. Гарантии свободы массовой информации и возможности их реализации. Функции цензуры в правовом контексте. История цензуры в России.

Тема 9. Право на информацию: проблемы законодательного регулирования

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Право на информацию ? естественное и неотчуждаемое право человека и гражданина. Концепция ?права человека на универсальную коммуникацию? (Ж. д'Арси) на базе универсальных всеобщих элементов в любой культуре - права доступа к средствам коммуникации и права непосредственного участия в процессе коммуникации, право информировать и получать информацию. Ценностные характеристики права на коммуникацию в информационном обществе: инструментальная ценность; общесоциальная; самоценность; гуманистическая. Перевод естественного права на информацию в систему позитивного и субъективного права через законодательство. Нормативная база информационного права - информационное законодательство как специальная отрасль законодательства. Предмет правового регулирования в информационной сфере - информационные отношения, возникающие при осуществлении информационных процессов (создание, сбор, распределение, потребление информации). Объект правоотношений ? информация в ее функциональном аспекте (информационные ресурсы).

практическое занятие (2 часа(ов)):

Право на информацию и право на коммуникацию: ценностные характеристики. Правовое регулирование в информационной сфере. Структура информационного законодательства. Информационные споры. Специфические особенности Закона РФ ?О средствах массовой информации?, 1991г.

Тема 10. Нравственная саморегуляция СМИ. Проблема ответственности в журналистике

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Журналистика как часть духовной инфраструктуры социального воспроизводства. Профессиональная этика журналиста как моральные предписания, принятые в журналистской среде и поддерживаемые силой общественного мнения. Сущность, структура и функции журналистской этики как системы. Профессиональная этика. Тождество информационных запросов общества и прессы. Служебная этика журналиста - система нравственных требований, регламентирующих его поведение в профессиональной среде. Социальная позиция журналиста Проблемы формирования ответственности журналиста. Виды журналистской ответственности: гражданская, этическая, правовая. Творческий потенциал журналиста и мера свободы деятельности. Процесс мутации профессиональной и служебной этики журналиста постперестроечного периода в российском информационном пространстве. Провозглашение свободы слова и свободы творческого самовыражения (90-е гг. XXв.) как возможность перехода от внешней регуляции деятельности журналистского корпуса к внутренней саморегуляции. Нравственная саморегуляция СМИ: кодексы журналистской этики. Саморегулирование СМИ как регулирование медийной деятельности (социально значимых аспектов медиарынка и медиаконтента) профессиональными, журналистскими ассоциациями, внутри- и внекорпоративными органами в соответствии с кодифицированными этическими нормами, выработанными журналистским сообществом. Классификация органов саморегулирования СМИ.

практическое занятие (2 часа(ов)):

5. Сущность журналистской этики как системы, ее функции и особенности трансформации в современном, российском инфопространстве. Проблема ответственности в журналистике. Виды журналистской ответственности. Нравственная саморегуляция СМИ. Общественно-государственные модели медийного саморегулирования. Уровни саморегуляции журналистского сообщества. Общественные СМИ: зарубежный и первичный российский опыт.

Тема 11. Государственная служба и СМИ как единая информационная система

лекционное занятие (4 часа(ов)):

Государственная служба в системе современного государственного управления. Государственное управление как коммуникативный процесс. Социально-коммуникативные функции государственной службы как органа взаимодействия общества и государства. Легитимация принятых властью решений через СМИ, получение публичной общественной поддержки. Субъекты информационного пространства, с которыми взаимодействуют органы государственной власти. Основные направления информационной деятельности власти. Методы информирования граждан через СМИ о действиях властных структур: 1) асинхронный; 2) синхронный. Информационные ресурсы государственной службы: информационная открытость для народа; положительный имидж российского чиновника. Информационный ресурс гражданского общества: создание общественных СМИ. Информационный ресурс журналистского сообщества: следование объективному закону? СМИ в той степени должны служить государству, медиавладельцам, элите, в какой степени данные субъекты служат народу, гражданскому обществу. Субъекты информационно-коммуникативной деятельности органов государственной власти? информационные службы. Задачи пресс-службы в соответствии с целями и задачами органов власти. Структурно-функциональная амбивалентность как институциональный признак пресс-службы. Конфликтные начала пресс-службы. Основные ошибки в деятельности пресс-служб. Требования к организации работы пресс-службы.

практическое занятие (4 часа(ов)):

1. Содержательные, организационные и процессуальные аспекты взаимодействия государственной службы со СМИ. 2. Деятельность пресс-службы как механизм согласования интересов общества и власти. 3. Структурно-функциональная амбивалентность как институциональный признак пресс-службы. 4. СМИ и государственная служба в позиционном социальном конфликте: объективные и субъективные причины, механизмы возникновения и негативные последствия. 5. Модели информационной деятельности государственного служащего в организационной структуре российской госслужбы. 6. Открытость, прозрачность институтов власти и СМИ: должное и сущее.

Тема 12. Государственная имиджевая политика как инструмент информационной деятельности государства

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Коммуникативная природа имиджа власти. Уровни восприятия имиджа как явления индивидуальной и массовой коммуникации. Стереотип. Сущностные черты имиджа: 1) коммуникативная, информационная; 2) социально-психологическая. Имидж является 1) определенным кодом власти; 2) эффективным средством коммуникации в процессе государственного управления. Различие понятий ?имидж власти? и ?власть имиджа?. Авторитет власти как стержневой компонент имиджа. Доверие как оценочное отношение; базис авторитета; предпосылка к формированию положительного имиджа; синтез рационального, эмоционального и психического; выражается в общественном мнении. Методологические аспекты изучения имиджа власти. Государственная имиджевая политика как способность и возможность субъектов государственной политики оказывать воздействие на общественное сознание с помощью информации с целью формирования позитивного имиджа государства. Имидж страны как виртуальный образ, созданный средствами эмоционально-психологического и художественного воздействия, в котором переплетаются оценка реальной ситуации и мнения, сформированные с целью повышения престижа, уважения к стране и ее популяризации. Имидж страны: 1)внутренний 2)внешний. Элемент внутреннего имиджа страны - имидж государственной власти как субъективный образ, возникающий в результате взаимодействия государственной службы и населения. Факторы, формирующие отношение к госслужбе: 1)традиции государственной службы в России 2) ксенофилия; 3) законы элиты. Стереотипы восприятия государственной службы. Амбивалентность отношения к госслужбе ? оценка престижа как уважения статуса, сложившегося в общественном, профессиональном мнении. Уровни и специфика восприятия: 1) в общественном мнении не престижна, т.к. деятельность ее представителей оценивается как малопродуктивная; 2) на уровне индивидуального сознания престижна, т.е. удовлетворяет актуальные потребности конкретных индивидов. Формирование имиджа государства через имидж региона

практическое занятие (2 часа(ов)):

Коммуникативная природа имиджа власти. Уровни восприятия имиджа и методологические аспекты его изучения. Роль СМИ и в формировании имиджа власти и государства (внешний и внутренний аспекты).

4.3 Структура и содержание самостоятельной работы дисциплины (модуля)

N	Раздел Дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды самостоятельной работы студентов	Трудоемкость (в часах)	Формы контроля самостоятельной работы
1.	Тема 1. Теоретические основы исследования информационных процессов	8	1	подготовка к устному опросу	2	устный опрос
2.	Тема 2. Массовая информационная сфера как объект управления	8	2	подготовка к устному опросу	2	устный опрос
3.	Тема 3. Информационно-коммуникативная сущность власти	8	3	подготовка по вопросам обсуждаемой темы	2	дискуссия
4.	Тема 4. Информационная политика в системе государственного управления	8	4	подготовка к тестированию	2	тестирование

N	Раздел Дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды самостоятельной работы студентов	Трудоемкость (в часах)	Формы контроля самостоятельной работы
5.	Тема 5. Менталитет и информационная политика: проблемы идентичности	8	5	подготовка к коллоквиуму	2	коллоквиум
6.	Тема 6. Социальная реклама как фактор управления информационными процессами	8	5	подготовка к творческому заданию	2	творческое задание
7.	Тема 7. СМИ и МК как инструмент управления информационными процессами	8	6	подготовка к устному опросу	1	устный опрос
8.	Тема 8. Свобода слова: философские основания, политологическое содержание и правовые основы	8	7	подготовка к дискуссии	1	дискуссия
9.	Тема 9. Право на информацию: проблемы законодательного регулирования	8	8	подготовка к устному опросу	1	устный опрос
10.	Тема 10. Нравственная саморегуляция СМИ. Проблема ответственности в журналистике	8	9	подготовка к дискуссии	1	дискуссия
11.	Тема 11. Государственная служба и СМИ как единая информационная система	8	10	подготовка к устному опросу	1	устный опрос
12.	Тема 12. Государственная имиджевая политика как инструмент информационной деятельности государства	8	12	подготовка к устному опросу	1	устный опрос
	Итого				18	

5. Образовательные технологии, включая интерактивные формы обучения

В процессе обучения по данному курсу предусмотрено не менее 10ч. интерактивных форм учебных занятий, такие как дискуссии, коллоквиумы, обсуждения видео и аудио-материала по изучаемой теме.

6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов

Тема 1. Теоретические основы исследования информационных процессов

устный опрос , примерные вопросы:

1. Социальная информация как дискурсивное звено во взаимодействии общественного бытия и общественного сознания. 2. Социальная информатиология: специфика и развитие на стыке гуманитарных наук. 3. Социокоммуникативный метод анализа информационных процессов. 4. Синергетическая и немарковская парадигмы исследования информационных процессов. 5. Информационное поле, пространство, потоки: понятие, принципы формирования. 6. Мотивационное управление информационными процессами. 7. Рефлексивное управление как внутренний момент самоорганизации информационных систем 8. Социальный психоанализ и управление информационными процессами.

Тема 2. Массовая информационная сфера как объект управления

устный опрос , примерные вопросы:

1. Массовая информационная сфера как инструмент самоорганизации социальной системы, особенности функционирования. 2. Массовое сознание как поле реализации различных информационных стратегий: ? Сильные и слабые стороны ? жестких?, императивных информационных стратегий ? ? жесткой? пропаганды, стратегий прямого директивного воздействия. ? Преимущества и недостатки манипулятивных информационных стратегий ? ? символической?, ? проникающей? пропаганды. ? Успехи и неудачи диалоговых информационных стратегий - создание искусственных информационных сред, формирование ? социальных? моделей. ? Сравнительный анализ эффективности императивных, манипулятивных и диалоговых информационных стратегий.

Тема 3. Информационно- коммуникативная сущность власти

дискуссия , примерные вопросы:

Коммуникативная легитимность власти как критерий гомеостаза политической системы и эффективности управления информационными процессами. Процессы деидеологизации и реидеологизации в российской политике, поиск ? объединяющей идеи?. Нужна ли современной России государственная идеология? Какая именно? Раскройте связь политики и идеологии.

Тема 4. Информационная политика в системе государственного управления

тестирование , примерные вопросы:

1. Охарактеризуйте необходимые условия государственного управления информационной сферой. 2. Каковы позитивные и негативные факторы реализации управляющей функции государства в информационной сфере? 3. Каковы информационно-коммуникативные базовые основания модернизации государственного управления? 7. Каковы научные принципы формирования государственной информационной политики, ее субъекты, объекты, стратегическая цель и фундаментальная закономерность? 4. В чем суть государственного и общественного модуса в пространстве информационной политики? 5. Какие факторы определяют характер взаимодействия государства и СМИ? Каковы, на ваш взгляд, цели этого взаимодействия? 6. Каковы особенности информационной политики в российских условиях? 7. Назовите социально-экономические эффекты использования государственной информационной политики при проведении современных российских реформ. 8. Можно ли утверждать наличие системной, последовательной реализации научно обоснованной государственной информационной политики в современной России? 9. Возможно ли формирование государственной информационной политики вне системы общенациональных, идеологических воззрений?

Тема 5. Менталитет и информационная политика: проблемы идентичности

коллоквиум , примерные вопросы:

1. В чем особенность закона ментальной идентичности и как он проявляется на практике? Следует ли его учитывать в управлении? 2. Как соотносятся категории ?менталитет? и ?идентичность?? 3. Каковы пути решения проблемы социальной аномии в деятельности власти-СМИ-гражданского общества? 4. В чем состоит проблема идентичности кодов власти и медийных кодов? 5. Назовите основные причины, факторы повышения или снижения рейтинга доверия народа к власти и масс-медиа. 6. Раскройте понятия регион; социокультурная и политическая регионализация; региональная, этническая, национальная общность. 7. Каковы социально-психологические особенности управления информационными процессами на региональном и муниципальном уровне? 8. Какое место, на ваш взгляд, занимает региональная, муниципальная информационная политика в системе федеральной информационной политики? Каким образом обеспечивается единство и взаимодействие?

Тема 6. Социальная реклама как фактор управления информационными процессами

творческое задание , примерные вопросы:

Реализации функций социальной рекламы как коммуникатора в системе ?власть-СМИ-общество?. Специфика социорекламных коммуникаций. Творческое Задание - разработать социорекламный проект по актуальной социальной проблеме.

Тема 7. СМИ и МК как инструмент управления информационными процессами

устный опрос , примерные вопросы:

1. Историческая и экономическая обусловленность места, роли и функций средств массовой информации в обществе. 2. Механизмы взаимодействия СМИ, общества и государства: правовые, организационные, финансовые, этические. 3. Типология информационно-коммуникативных отношений между гражданскими структурами, СМИ и органами власти 4. Трансформация статуса СМИ в сфере политики. Политизация СМИ и медиатизация политики. 5. Журналистика как общественно-политическая, информационная деятельность. 6. Журналистика как творчество. ?Визионерское творчество? (К.-Г.Юнг) в журналистике. 7. Информационный заказ и информационно-политическая диспозиция массмедиа. 8. Роль информационного менеджмента в реализации государственной информационной политики.

Тема 8. Свобода слова: философские основания, политологическое содержание и правовые основы

дискуссия , примерные вопросы:

1. Право на информацию и право на коммуникацию: ценностные характеристики. 2. Свобода слова: философско-политологический аспект. 3. Гарантии свободы массовой информации и возможности их реализации. Функции цензуры в правовом контексте. 4.

Тема 9. Право на информацию: проблемы законодательного регулирования

устный опрос , примерные вопросы:

Правовое регулирование в информационной сфере. Право на информацию и право на коммуникацию Структура информационного законодательства. ФЗ "О СМИ": права и ответственность журналистов Актуальные законотворческие инновации

Тема 10. Нравственная саморегуляция СМИ. Проблема ответственности в журналистике

дискуссия , примерные вопросы:

Сущность журналистской этики как системы, ее функции и особенности трансформации в современном, российском инфопространстве Проблема ответственности в журналистике. Виды журналистской ответственности. Нравственная саморегуляция СМИ. Общественно-государственные модели медийного саморегулирования. Уровни саморегуляции журналистского сообщества. Общественные СМИ: зарубежный опыт и история создания в Российской Федерации.

Тема 11. Государственная служба и СМИ как единая информационная система

устный опрос , примерные вопросы:

1. Содержательные, организационные и процессуальные аспекты взаимодействия государственной службы со СМИ. 2. Деятельность пресс-службы как механизм согласования интересов общества и власти. 3. Структурно-функциональная амбивалентность как институциональный признак пресс-службы. 4. СМИ и государственная служба в позиционном социальном конфликте: объективные и субъективные причины, механизмы возникновения и негативные последствия. 5. Модели информационной деятельности государственного служащего в организационной структуре российской госслужбы. 6. Открытость, прозрачность институтов власти и СМИ: должное и сущее. 7. Коммуникативная природа имиджа власти. Уровни восприятия имиджа и методологические аспекты его изучения. 8. Роль СМИ и в формировании имиджа власти и государства (внешний и внутренний аспекты).

Тема 12. Государственная имиджевая политика как инструмент информационной деятельности государства

устный опрос, примерные вопросы:

Уровни восприятия имиджа как явления индивидуальной и массовой коммуникации
Различие понятий ?имидж власти? и ?власть имиджа?.
Имидж страны как унифицированный для массового сознания виртуальный образ, созданный средствами эмоционально-психологического и художественного воздействия
Имидж страны: 1)внутренний (восприятие государства собственными гражданами) и 2)внешний
Формирование имиджа государства через имидж региона

Тема . Итоговая форма контроля

Примерные вопросы к экзамену:

1. Информационное поле, пространство, потоки: понятие, принципы формирования.
2. Мотивационное управление информационными процессами.
3. Рефлексивное управление как внутренний момент самоорганизации информационных систем
4. Социальный психоанализ и управление информационными процессами.
5. Массовая информационная сфера как инструмент самоорганизации социальной системы, особенности функционирования.
6. Сравнительный анализ эффективности императивных, манипулятивных и диалоговых информационных стратегий.
7. Коммуникативная легитимность власти как критерий гомеостаза политической системы и эффективности управления информационными процессами.
8. Процессы деидеологизации и реидеологизации в российской политике, поиск "объединяющей идеи".
9. Историческая и экономическая обусловленность места, роли и функций средств массовой информации в обществе.
10. Механизмы взаимодействия СМИ, общества и государства: правовые, организационные, финансовые, этические.
11. Типология информационно-коммуникативных отношений между гражданскими структурами, СМИ и органами власти. Трансформация статуса СМИ в сфере политики.
12. Журналистика как общественно-политическая, информационная деятельность. Информационный заказ и информационно-политическая диспозиция массмедиа.
13. Роль информационного менеджмента в реализации государственной информационной политики.
14. Свобода слова: философско-политологический аспект.
15. Гарантии свободы массовой информации и возможности их реализации. Функции цензуры в правовом контексте.
16. Правовое регулирование в информационной сфере. Структура информационного законодательства.
17. Сущность журналистской этики как системы, ее функции и особенности трансформации в современном, российском инфопространстве. Проблема ответственности в журналистике

18. Нравственная саморегуляция СМИ. Общественно-государственные модели медийного саморегулирования. Уровни саморегуляции журналистского сообщества.
19. Общественные СМИ: зарубежный опыт и проблемы "торможения" в РФ.
20. Государственное управление как информационно-коммуникативная система.
21. Государственное управление информационной сферой. Проблемы необходимости и достаточности.
22. Модели информационной политики в социуме. Функции государственной информационной политики и модусы социальной коммуникации.

7.1. Основная литература:

1. Блюмин, Аркадий Михайлович. Мировые информационные ресурсы : учебное пособие / А. М. Блюмин, Н. А. Феоктистов ; М-во образования и науки Рос. Федерации, Ин-т гос. упр., права и инновац. технологий .? Москва : Дашков и К^о, 2011 .? 295 с. : ил. ; 21 .? На обороте тит.л. авт.: А.М. Блюмин - д.т.н., проф., акад. Междунар. акад. информатизации, Н.А. Феоктистов - д.т.н., проф., засл. работник Высш. шк. РФ, акад. Междунар. акад. наук пед. образования .? Библиогр.: с. 285-288 (13 экз в библи.)
2. Киселев, Александр Георгиевич. Теория и практика массовой информации : учебник для студентов вузов, обучающихся по направлению подготовки (специальности) 'Связи с общественностью' / А. Г. Киселев .? Москва : КНОРУС, 2009 .? 431 с. : ил., табл. ; 22 .? Библиогр.: с. 362-373 (12 экз в библи.)
3. Средства массовой информации России : учебное пособие для студентов высших учебных заведений, обучающихся по направлению 520600 и специальности 021400 'Журналистика' / [М. И. Алексеева и др.] ; под ред. д.филол.н., проф. Я. Н. Засурского ; науч. ред.: д.филол.н., проф. Е. Л. Вартанова, д.филол.н., проф. М. В. Шкондин .? Москва : Аспект Пресс, 2008 .? 378, [2] с (80 экз в библи.)
4. Леонтьева, Людмила Станиславовна. Современные механизмы информационной политики [Текст: электронный ресурс] : конспект лекций / Леонтьева Людмила Станиславовна, Халилова Татьяна Викторовна, Волкова Наталья Васильевна ; М-во образования и науки РФ, ФГАОУ ВПО 'Казан. (Приволж.) федер. ун-т', Ин-т упр., экономики и финансов, Каф. гос. и муницип. упр. ? Электронные данные (1 файл: 1,10 Мб) .? (Казань : Казанский федеральный университет, 2015) .? Загл. с экрана .? Для 1-го курса .? Вых. дан. ориг. печ. изд.: Казань, 2014 .? Режим доступа: открытый .? .
5. Кошлякова М. О. Учебно-методическая документация по дисциплине ОПД.Ф.09 'Теория и практика массовой информации' для специальности 030602.65 - 'Связи с общественностью' [Электронный ресурс] / доцент к.п.н. М. О. Кошлякова; Рос. Гос. Ун-т Туризма и сервиса, факультет туризма и гостеприимства, кафедра 'связи с общественностью'. - М., 2011. - 87 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/>
6. Белая Е. Н. Теория и практика межкультурной коммуникации: Учебное пособие / Е.Н. Белая. - М.: Форум, 2011. - 208 с.: 60x90 1/16. - (Высшее образование). (обложка) ISBN 978-5-91134-493-1.- <http://znanium.com/bookread2.php?book=226335>
7. Тавокин Е.П. Политическое управление : учеб. пособие / Е.П.Тавокин. ? М. : ИНФРА-М, 2017. ? 209 с. ? (Высшее образование: Бакалавриат). ? [www.dx.doi.org/10.12737/20878.http://znanium.com/bookread2.php?book=559333](http://znanium.com/bookread2.php?book=559333)
8. Киселев А. Г. Управленческий дискурс как социальная коммуникативная технология в системе отношений государства и социума : монография / А.Г. Киселёв, С.А. Шилина. ? М. : ИНФРА-М, 2017. ? 120 с. ? (Научная мысль). ? [www.dx.doi.org/10.12737/22345.http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=753693](http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=753693)

7.2. Дополнительная литература:

Вирен, Георгий Валентинович. Современные медиа : приемы информационных войн : учебное пособие для студентов высших учебных заведений, обучающихся по направлению подготовки ВПО 030600 'Журналистика' и специальности 030601 'Журналистика' для ГОС-2 и направлению подготовки ВПО 031300 'Журналистика' для ФГОС / Георгий Вирен .? Москва : Аспект Пресс, 2013 .? 125, [1] с. ; 22 .? На 4-й с. обл. авт.: Вирен Г.В., засл. работник культуры Рос. Федерации, к.филол.н., проф. ? Библиогр. в конце кн. и в подстроч. примеч. ? ISBN 978-5-7567-0701-4 (30 экз в библиотечку)

Дэннис, Эверетт. Беседы о масс-медиа = Media Debates: Issues in Mass Communication / Э.Дэннис .? Москва : Рос.-америк.информ.пресс-центр : Вагриус, 1997 .? 383с. ; 21 .? Библиогр.:с.361-383 .? ISBN 5-7027-0477-0 (19 экз в библиотечку)

Управление общественными отношениями : учеб. пособие для студ. вузов / Ю. К. Федулов, Н. О. Воскресенская, А. А. Давыдова [и др.] ; ред. Ю. К. Федулов .? М. : Вузовский учебник, 2009 .? 153 с. (10 экз в библиотечку)

Ворошилов, Валентин Васильевич. Менеджмент СМИ : Конспект лекций / В.В.Ворошилов .? СПб. : Изд-во Михайлова В.А., 2000 .? 46с. ? (Высшее профессиональное образование) .? Библиогр. в примеч.: с.44-45 .? Библиогр.: с.46 .? ISBN 5-8016-0067-1 : 19.00. (8 экз в библиотечку)

Баранова Е. А. Конвергентная журналистика как новая модель для медиабизнеса [Электронный ресурс] : статья / Материалы международной научно-практической конференции 'Журналистика в 2014 году. СМИ как фактор общественного диалога'. - М.: МедиаМир, 2015. - С. 20-21. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=506113>

Евдокимов В. А. Массмедиа в социокультурном пространстве: Учебное пособие / В.А. Евдокимов. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 224 с.: 60x90 1/16. - ISBN 978-5-16-006932-6, 500 экз. <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=415337>

НИР. Современная коммуникативистика, 2014, ◆ 4(11) / НИР. Современная коммуникативистика, ◆ 4(11), 2014.- <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=482237>

Кузин С. Человек медийный: Технологии безупречного выступления в прессе, на радио и телевидении [Электронный ресурс] / Сергей Кузин, Олег Ильин. ? М.: Альпина Паблшерз, 2014. ? 258 с. - ISBN 978-5-9614-1448-6 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=521633>

Баранова Е. А. Процесс конвергенции СМИ в российских газетных редакциях (по результатам исследований 2009-2012 гг.) [Электронный ресурс] = Media Convergence Process in Russian newspaper Newsrooms (according to the 2009-2012 studies) / Е.А. Баранова // Медиаком. Выпуск 1. 2013 г. - 10 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=506105>

Прозоров В. В. В. Власть и свобода журналистики [Электронный ресурс] : учеб. пособие / В. В. Прозоров. ? 2-е изд., перераб. ? М. : Флинта : Наука, 2012. ? 240 с. - ISBN 978-5-9765-1071-5 (Флинта), ISBN 978-5-02-037431-7 (Наука) - <http://znanium.com/bookread2.php?book=454569>

Ненашев, М. Ф. Иллюзии свободы. Российские СМИ в эпоху перемен (1985-2009) [Электронный ресурс] / М. Ф. Ненашев. - М.: Логос, 2010. - 320 с. - ISBN 978-5-98704-504-6. <http://znanium.com/bookread2.php?book=469113>

7.3. Интернет-ресурсы:

Институт проблем информационного права - <http://www.medialaw.ru>

Институт развития Свободы информации - <http://www.svobodainfo.org>

Общественная коллегия по жалобам на - <http://www.presscouncil.ru>

ООО ?Ассоциация ?Медиакратия?? - <http://www.mediacratia.ru>

Союз журналистов России - <http://www.ruj.ru>

Фонд развития информационной политики - <http://www.frip.ru>

Центр экстремальной журналистики Союза журналистов России - <http://www.cjes.ru>

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины(модуля)

Освоение дисциплины "Государственное управление информационными процессами" предполагает использование следующего материально-технического обеспечения:

Мультимедийная аудитория, вместимостью более 60 человек. Мультимедийная аудитория состоит из интегрированных инженерных систем с единой системой управления, оснащенная современными средствами воспроизведения и визуализации любой видео и аудио информации, получения и передачи электронных документов. Типовая комплектация мультимедийной аудитории состоит из: мультимедийного проектора, автоматизированного проекционного экрана, акустической системы, а также интерактивной трибуны преподавателя, включающей тач-скрин монитор с диагональю не менее 22 дюймов, персональный компьютер (с техническими характеристиками не ниже Intel Core i3-2100, DDR3 4096Mb, 500Gb), конференц-микрофон, беспроводной микрофон, блок управления оборудованием, интерфейсы подключения: USB, audio, HDMI. Интерактивная трибуна преподавателя является ключевым элементом управления, объединяющим все устройства в единую систему, и служит полноценным рабочим местом преподавателя. Преподаватель имеет возможность легко управлять всей системой, не отходя от трибуны, что позволяет проводить лекции, практические занятия, презентации, вебинары, конференции и другие виды аудиторной нагрузки обучающихся в удобной и доступной для них форме с применением современных интерактивных средств обучения, в том числе с использованием в процессе обучения всех корпоративных ресурсов. Мультимедийная аудитория также оснащена широкополосным доступом в сеть интернет. Компьютерное оборудование имеет соответствующее лицензионное программное обеспечение.

мультимедийное оборудование: проектор, ноутбук. колонки.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВПО и учебным планом по направлению 38.03.04 "Государственное и муниципальное управление" и профилю подготовки не предусмотрено .

Автор(ы):

Леонтьева Л.С. _____

"__" _____ 201__ г.

Рецензент(ы):

Глебова И.С. _____

"__" _____ 201__ г.