

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное учреждение
высшего профессионального образования
"Казанский (Приволжский) федеральный университет"
Институт массовых коммуникаций и социальных наук



УТВЕРЖДАЮ

Проректор
по образовательной деятельности КФУ
Проф. Минзарипов Р.Г.

_____ 20__ г.

Программа дисциплины

Политическая аналитика в средствах массовой информации M2.B.1

Направление подготовки: 031300.68 - Журналистика

Профиль подготовки: Политическая проблематика

Квалификация выпускника: магистр

Форма обучения: очное

Язык обучения: русский

Автор(ы):

Морозова Г.В.

Рецензент(ы):

Идиатуллина К.С., Беляев В.А.

СОГЛАСОВАНО:

Заведующий(ая) кафедрой:

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

Учебно-методическая комиссия Института массовых коммуникаций и социальных наук:

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

Регистрационный No

Казань
2014

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) заведующий кафедрой, д.н. (профессор) Морозова Г.В. кафедра прикладной политологии и связей с общественностью отделение социальных наук , Galina.Morozova@kpfu.ru

1. Цели освоения дисциплины

Целями освоения дисциплины "Политическая аналитика в СМИ" является формирование у студентов системных знаний о задачах, инструментах, процедурах и технологиях подготовки и проведения медиаисследований в сфере политического развития и критериях ее результативности.

Задачи курса:

- Освоение студентами знаниями и представлениями о роли аналитической деятельности СМИ в оптимизации функционирования политической сферы жизни общества, обеспечении информационно-коммуникативного взаимодействия власти и гражданского общества.
- Помощь студентам в осмыслении методологии и методики исследования политического пространства с помощью СМИ и овладении методами и навыками аналитической работы.
- Усвоение студентами понятийно-категориального аппарата, используемого СМИ при осуществлении аналитической деятельности в сфере политического развития в современном мире.

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

Данная учебная дисциплина включена в раздел " М2.В.1 Профессиональный" основной образовательной программы 031300.68 Журналистика и относится к вариативной части. Осваивается на 2 курсе, 3 семестр.

Данная учебная дисциплина включена в раздел "М2.В.1 Цикл профессиональных дисциплин и относится к дисциплине вариативной части". Осваивается на втором курсе (3 семестр).

Курс "Политическая аналитика в средствах массовой информации" является составным элементом концептуальной модели подготовки современного журналиста. Изучение этого курса предполагает знакомство студента с общими основами журналистской деятельности, а также изучение политологии, социологии и психологии.

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

В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции:

Шифр компетенции	Расшифровка приобретаемой компетенции
ОК-1 (общекультурные компетенции)	способность совершенствовать и развивать свой интеллектуальный и культурный уровень, готовность к постоянному саморазвитию, повышению своей квалификации и мастерства, способность к развитой саморефлексии, анализу своего социального и профессионального опыта
ОК-17 (общекультурные компетенции)	способность и готовность применять знания о современных методах исследования
ОК-21 (общекультурные компетенции)	способность и готовность проводить научные исследования и адекватно оценивать их результаты
ОК-22 (общекультурные компетенции)	умение анализировать, синтезировать и критически резюмировать информацию

Шифр компетенции	Расшифровка приобретаемой компетенции
ОК-24 (общекультурные компетенции)	способность оформлять и представлять результаты выполненной работы
ОК-4 (общекультурные компетенции)	культура мышления, способность к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей её достижения
ПК-3 (профессиональные компетенции)	понимание на углубленном уровне сущности и специфики, функций, содержания, этапов, оптимальных моделей, технологии, профессиональных стандартов, психологических особенностей журналистской деятельности определенного вида
ПК-4 (профессиональные компетенции)	владение информацией о научных исследованиях в данной сфере, отечественном и зарубежном профессиональном опыте, владение методами ее получения, анализа и накопления

В результате освоения дисциплины студент:

1. должен знать:

- содержание и сущность аналитической деятельности, проводимой СМИ, ее роль в оптимизации управления общественным развитием, повышении результативности проводимой государственной политики, регулировании информационно-коммуникативным пространством;
- основные принципы, способы и методы, процедуру осуществления анализа политического пространства и критерии определения результативности исследований, осуществляемых СМИ.

2. должен уметь:

- раскрыть основные способы проведения аналитики СМИ в политической жизни общества, государственном управлении;
- использовать полученные знания при проведении исследований через СМИ в сфере политики, массовых коммуникаций, государственном и муниципальном управлении.

3. должен владеть:

современными методами прикладного политического анализа и прогнозирования

- применять полученные знания на практике.

4. Структура и содержание дисциплины/ модуля

Общая трудоемкость дисциплины составляет зачетных(ые) единиц(ы) 144 часа(ов).

Форма промежуточного контроля дисциплины зачет в 3 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. Политическое сознание и поведение, как объект анализа СМИ	3		0	2	0	устный опрос
2.	Тема 2. Группы интересов в политике. Политические лобби.	3		0	2	0	устный опрос
3.	Тема 3. Личность и политика в политической мысли	3		0	4	0	реферат устный опрос
4.	Тема 4. Место и роль идеологии в политике	3		0	2	0	устный опрос
5.	Тема 5. Информационно-коммуникативное пространство: закономерности и тенденции развития	3		0	4	0	устный опрос
6.	Тема 6. Технологии формирования и функционирования информационно-коммуникативного пространства	3		0	2	0	контрольная точка
7.	Тема 7. Кризисная коммуникация как тип политической коммуникации	3		0	2	0	устный опрос
8.	Тема 8. Понятие, каналы и политические функции СМИ	3		0	4	0	устный опрос
9.	Тема 9. Манипулятивные возможности СМИ	3		0	10	0	реферат устный опрос
10.	Тема 10. Политическая коммуникация и СМИ в странах современного мира	3		0	6	0	устный опрос
11.	Тема 11. Политическая пропаганда: история и современность	3		0	2	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. Политическая реклама: практика манипулирования общественным мнением	3		0	4	0	устный опрос
13.	Тема 13. СМИ как инструмент политической PR-деятельности	3		0	4	0	устный опрос
14.	Тема 14. Медиа-рынок в современной России	3		0	4	0	устный опрос
15.	Тема 15. СМИ и российское политическое сознание	3		0	8	0	контрольная точка коллоквиум устный опрос
	Тема . Итоговая форма контроля	3		0	0	0	зачет
	Итого			0	60	0	

4.2 Содержание дисциплины

Тема 1. Политическое сознание и поведение, как объект анализа СМИ

практическое занятие (2 часа(ов)):

Понятие и сущность политического сознания. Природа политического сознания и факторы формирования. Особенности политического сознания и роль в обществе. Особенности, уровни и функции политического сознания. Политическое поведение, основные типы. Политическое участие.

Тема 2. Группы интересов в политике. Политические лобби.

практическое занятие (2 часа(ов)):

Основные методологические подходы к изучению групп интересов. Группы интересов: политические и не политические, аномические, неорганизованные, институциональные и организованные. Способы классификации групп интересов. Группы давления и способы реализации интересов. Каналы взаимодействия групп интересов и государственной власти. Взаимодействие групп интересов с политическими партиями. Лоббизм: понятие, сущность и виды. Возникновение лоббизма и роль в политической жизни. Субъекты лоббизма и методы достижения целей.

Тема 3. Личность и политика в политической мысли

практическое занятие (4 часа(ов)):

История политических учений о месте человека в политической жизни. Личность как объект и субъект политики. Соотношение индивида и власти: история и современность. Права и свободы человека. Основные мотивы участия личности политической жизни и виды. Политический протест, формы и действия. Политическое отчуждение.

Тема 4. Место и роль идеологии в политике

практическое занятие (2 часа(ов)):

Природа, сущность, функции и механизм формирования идеологии. Возникновение идеологий на политическом рынке. Роль идеологии в консолидации общества, конструировании будущего, оформлении и представительстве различных интересов. Основные идеологические доктрины: консерватизм, либерализм, социал-демократия, марксизм и их эволюция в современном мире.

Тема 5. Информационно-коммуникативное пространство: закономерности и тенденции развития

практическое занятие (4 часа(ов)):

Информационно-коммуникационные процессы в сфере политики и основные уровни. Информационно-коммуникационное поле и системы в пространстве политики. Сущность и характерные черты массовой информационно-коммуникационной системы. Политические функции СМИ. Роль СМИ в формировании общественного мнения.

Тема 6. Технологии формирования и функционирования информационно-коммуникативного пространства

практическое занятие (2 часа(ов)):

Способы организации информационно-коммуникативного пространства. Основные методы сбора, обработки и передачи информации в сфере политики. Восприятие массовой информации: факторы и уровни. Особенности методов организации коммуникационного пространства в сфере политики. Уровни информационно-коммуникативного процесса в политической жизни. Информационно-аналитические технологии обеспечения деятельности органов государственной власти, принятия управленческих решений.

Тема 7. Кризисная коммуникация как тип политической коммуникации

практическое занятие (2 часа(ов)):

Понятие кризиса и кризисной коммуникации. Роль кризисной коммуникации в управлении течением конфликта. Основные источники и механизмы формирования политических контактов в условиях кризиса. Информационные ресурсы и технологии кризисной коммуникации. Немаркетинговые и маркетинговые свойства кризисной коммуникации. Интеллектуальная база формирования кризисной коммуникации: методики диагностики, кризисного планирования и контроля в информационной сфере.

Тема 8. Понятие, каналы и политические функции СМИ

практическое занятие (4 часа(ов)):

СМИ в системе массовой коммуникации. Структура СМИ, способы классификации и основные виды: прайвительственные, оппозиционные и независимые СМИ. Роль и функции СМИ в современном обществе. СМИ как инструмент целенаправленного конструирования социальных порядков, выстраивания не?обходимых власти связей и отношений с общественностью, формирования общественного мнения. Информационный лоббизм и политическое манипулирование. Проблемы функционирования СМИ в современном мире.

Тема 9. Манипулятивные возможности СМИ

практическое занятие (10 часа(ов)):

Политическое манипулирование, сущность, факторы воздействие на общественное сознание. Технологии и техники манипулирования политическим сознанием. Средства манипуляции, используемые в СМИ. Манипулятивные техники печатных СМИ, на телевидении и радио.. Нелегитимные политические технологии: сущность, особенности и формы. Методы борьбы с нелегитимным политическим манипулированием. Манипулятивные возможности современных СМИ и способы ограничения политического манипулирования.

Тема 10. Политическая коммуникация и СМИ в странах современного мира

практическое занятие (6 часа(ов)):

Роль СМИ в политической жизни западных стран. Коммерческая система организации СМИ в странах запада. Информационные кампании и технологии информационных войн. Усилия государства по обеспечению информационной безопасности страны. Проблемы политической коммуникации в постиндустриальном обществе.

Тема 11. Политическая пропаганда: история и современность

практическое занятие (2 часа(ов)):

Сущность и отличительные черты политической пропаганды. Функции политической пропаганды. Типы пропаганды. Особенности пропагандистских информационных технологий. Манипулятивные технологии в структуре пропаганды. Сущность и отличительные особенности агитации. Агитационные технологии

Тема 12. Политическая реклама: практика манипулирования общественным мнением
практическое занятие (4 часа(ов)):

Предпосылки возникновения политической рекламы. Сущность, отличительные черты и типология политической рекламы. Структура политической рекламы. Особенности применения в различных странах. Особенности производства рекламной продукции в политике. Производство рекламного текста. Основные тенденции развития политической рекламы в современном мире.

Тема 13. СМИ как инструмент политической PR-деятельности
практическое занятие (4 часа(ов)):

Сущность и отличительные особенности пиара в политике. Корпоративный и политический пиар. Пиар ?технологии. Пиар в системе государственного управления. Ограничения использования пиар-технологий в политическом пространстве.

Тема 14. Медиа-рынок в современной России
практическое занятие (4 часа(ов)):

Современный российский медиа-рынок: структура и основные тенденции развития. Особенности взаимодействия субъектов политики и власти. Политическая составляющая современного российского медиа-рынка. Особенности технологий манипулирования общественным мнением, используемые российскими СМИ.

Тема 15. СМИ и российское политическое сознание
практическое занятие (8 часа(ов)):

Права и свободы граждан РФ, как фактор формирования политического сознания. Влияние СМИ и церкви на политику в России. Региональное политическое сознание. Личность в политике России: традиции и современность.

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. Политическое сознание и поведение, как объект анализа СМИ	3		подготовка к устному опросу	2	устный опрос
2.	Тема 2. Группы интересов в политике. Политические лобби.	3		подготовка к устному опросу	2	устный опрос
3.	Тема 3. Личность и политика в политической мысли	3		подготовка к реферату	6	реферат
				подготовка к устному опросу	2	устный опрос
4.	Тема 4. Место и роль идеологии в политике	3		подготовка к устному опросу	2	устный опрос
5.	Тема 5. Информационно-коммуникативное пространство: закономерности и тенденции развития	3		подготовка к устному опросу	4	устный опрос

N	Раздел Дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды самостоятельной работы студентов	Трудоемкость (в часах)	Формы контроля самостоятельной работы
6.	Тема 6. Технологии формирования и функционирования информационно-коммуникативного пространства	3		подготовка к контрольной точке	6	контрольная точка
7.	Тема 7. Кризисная коммуникация как тип политической коммуникации	3		подготовка к устному опросу	4	устный опрос
8.	Тема 8. Понятие, каналы и политические функции СМИ	3		подготовка к устному опросу	4	устный опрос
9.	Тема 9. Манипулятивные возможности СМИ	3		подготовка к реферату	8	реферат
				подготовка к устному опросу	8	устный опрос
10.	Тема 10. Политическая коммуникация и СМИ в странах современного мира	3		подготовка к устному опросу	6	устный опрос
11.	Тема 11. Политическая пропаганда: история и современность	3		подготовка к устному опросу	6	устный опрос
12.	Тема 12. Политическая реклама: практика манипулирования общественным мнением	3		подготовка к устному опросу	4	устный опрос
13.	Тема 13. СМИ как инструмент политической PR-деятельности	3		подготовка к устному опросу	4	устный опрос
14.	Тема 14. Медиа-рынок в современной России	3		подготовка к устному опросу	4	устный опрос
15.	Тема 15. СМИ и российское политическое сознание	3		подготовка к коллоквиуму	4	коллоквиум
				подготовка к контрольной точке	6	контрольная точка
				подготовка к устному опросу	2	устный опрос
Итого					84	

5. Образовательные технологии, включая интерактивные формы обучения

Лекции с применением мультимедийных технологий;

Проведение семинаров в форме групповых дискуссий;

Проведение практических занятий в форме творческой мастерской и case study;

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

Тема 1. Политическое сознание и поведение, как объект анализа СМИ

устный опрос , примерные вопросы:

1. Политическое сознание, роль в обществе, источники, особенности, уровни и функции. 2. Психические состояния человека: эмоциональное, мотивационное, гуманитарное. Роль психологической науки в исследовании политического сознания.

Тема 2. Группы интересов в политике. Политические лобби.

устный опрос , примерные вопросы:

1. Роль человека в политике. Взаимодействие граждан и власти. Участие граждан в политике. Контроль и предотвращение злоупотребления властью. 2. Группы интересов в политике: история и особенности. Группы давления как феномен политического процесса. Основные характеристики групп интересов в политике. Общественные объединения как группы интересов, группы давления. Политические лобби.

Тема 3. Личность и политика в политической мысли

реферат , примерные темы:

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.

устный опрос , примерные вопросы:

1. Типы личности в политике. Политическая социализация: формы и основные институты. 2. Факторы политического поведения. Политическое участие и активность. Мотивы, активные и пассивные формы политического участия, способы типологизации политического поведения. 3. Исторический аспект влияния личности в политике. Личность и политика в политической мысли. Особенности влияния личности на политику в практике Востока и Запада.

Тема 4. Место и роль идеологии в политике

устный опрос , примерные вопросы:

1. Понятие идеологии, ее законы и формы. 2. Место и роль идеологии в политике. 3. Политические идеологии и идеологические течения современности.

Тема 5. Информационно-коммуникативное пространство: закономерности и тенденции развития

устный опрос , примерные вопросы:

1. Массовые коммуникации как неотъемлемая составная часть политики. 2. Роль и уровни информационно- коммуникативных процессов в политической жизни. 3. Средства политической коммуникации: функции по отношению к политической системе и гражданскому обществу.

Тема 6. Технологии формирования и функционирования информационно-коммуникативного пространства

контрольная точка , примерные вопросы:

Тест по пройденным темам

Тема 7. Кризисная коммуникация как тип политической коммуникации

устный опрос , примерные вопросы:

1. Кризисная коммуникация как тип политической коммуникации. 2. Основные источники и механизмы формирования политических контактов в условиях кризиса. 3. Технологии кризисной коммуникации. 4. Немаркетинговые и маркетинговые свойства кризисной коммуникации.

Тема 8. Понятие, каналы и политические функции СМИ

устный опрос , примерные вопросы:

1. СМИ как элемент политических коммуникаций. Понятие, основные черты, каналы и политические функции СМИ в современном обществе. Уровни информационных потоков и распространение информации через СМИ. 2. Возможности политического влияния СМИ на общественное сознание. Информационный лоббизм.

Тема 9. Манипулятивные возможности СМИ

реферат , примерные темы:

ТЕМАТИКА РЕФЕРАТОВ 1. Нейролингвистическое программирование как инструмент манипулирования. 2. Информационный лоббизм в современном мире. 3. КПРФ и СМИ (Работа пресс-службы КПРФ и СМИ, манипулятивные приемы, используемые СМИ). 4. ЛДПР и СМИ (Работа пресс-службы ЛДПР и СМИ, манипулятивные приемы, используемые СМИ). 5. Единая Россия и СМИ (Работа пресс-службы Единой России и СМИ, манипулятивные приемы, используемые СМИ). 6. Юмор в политике: исторический экскурс. 7. Технологии политического маркетинга.

устный опрос , примерные вопросы:

Занятие 1 1. Политическое манипулирование, способы, техники воздействия на массовое сознание: использование стереотипов, наклеивание ярлыков, техника повтора информации, использование утверждений, технология полуправды, создание послеобраза, метод осмеяния и др. 2. Манипулятивные возможности СМИ: создание иллюзорных картин, апелляция к конкретным фактам и документации, техника создания негативных ассоциаций, журналистские комментарии, интерпретации фактов, нейролингвистическое программирование (НЛП), избирательная информация, спираль умолчания, техника удушения в дружеских объятиях и др. Занятие 2-3 1. Манипулятивные техники, используемые на телевидении: ситуация, в которой берется интервью, характер передачи, атмосфера интервью, технические приемы, ?игра кадров? и др. 2. Манипулятивные техники печатных СМИ: фотографии, сенсационные сообщения, заголовки. 3. Манипулятивные техники на радио: иллюзия камерности, адресность восприятия и другие. Занятие 4 1. Нелегитимные политические технологии: сущность, особенности и формы. Фальсификации. Опускание или исключение информации. Предоставление обширной информации. Языковые нелегитимные политические технологии. Поддельный нейтралитет. Использование символики и политика самоочевидного. 2. Методы борьбы с нелегитимным политическим манипулированием. Способы и возможности ограничения политического манипулирования.

Тема 10. Политическая коммуникация и СМИ в странах современного мира

устный опрос , примерные вопросы:

1. СМИ и их роль в политической системе западных стран. Политическая роль, методы воздействия СМИ на людей. Коммерческая система организации СМИ на примере США, Франции, Швеции и других стран. 2. Понятие информационной кампании. Технологии информационной войны. СМИ и информационная война. Усиление роли информационных факторов в современной мировой политике. Информационная составляющая военных и политических конфликтов. Информационная безопасность. Политика государства в области информационной безопасности. 3. Проблемы политической коммуникации в постиндустриальном обществе: разрыв между производством, предложением и потреблением информации, нарушение принципов политической коммуникации и другие.

Тема 11. Политическая пропаганда: история и современность

устный опрос , примерные вопросы:

1. Политическая пропаганда как метод психологического внушения: история, сущность, функции и современная практика. 2. Особенности пропагандистских информационных технологий. Агитация.

Тема 12. Политическая реклама: практика манипулирования общественным мнением

устный опрос , примерные вопросы:

1. Политическая реклама как способ манипуляции общественным мнением. 2. Прямые и косвенные механизмы воздействия рекламы на политическое сознание.

Тема 13. СМИ как инструмент политической PR-деятельности

устный опрос , примерные вопросы:

1. Определения и основные категории политического PR, его функции и отличительные черты.
2. СМИ как инструмент политической PR-деятельности.
3. Черный PR, его формы, особенности в практике современного политического развития.

Тема 14. Медиа-рынок в современной России

устный опрос , примерные вопросы:

1. Основные тенденции развития современного российского медиа-рынка. Российские медиаимперии?. Электронные и печатные СМИ в РФ: отношения между властью, другими субъектами политики и СМИ.
2. Политическая составляющая современного российского медиа-рынка: освещение избирательных кампаний, информирование о задачах внутренней и внешней политики РФ, освещение политических конфликтов и др.

Тема 15. СМИ и российское политическое сознание

коллоквиум , примерные вопросы:

Раскройте роль российского медиа-рынка в освещении важнейших событий политической жизни России.

контрольная точка , примерные вопросы:

Тест по итогам изучения курса.

устный опрос , примерные вопросы:

1. Российское политическое сознание на рубеже 20-21 вв. Права и свободы граждан РФ. Традиции личности в политике России. Способы воздействия СМИ на современное российское общество.
2. Региональный политический процесс, его специфика и тенденции. Региональное политическое сознание. Роль СМИ региона.
3. Взаимоотношения церкви и государства. Влияние СМИ и церкви на политику в России и за рубежом.
4. Российские СМИ в президентских выборах в декабре 2011 г.: электронные СМИ, характеристика ТВ, печатные СМИ, бесплатное время, политическая реклама.

Тема . Итоговая форма контроля

Примерные вопросы к зачету:

Вопросы к экзамену

1. Политические функции СМИ.
2. Сущность массовой информационно-коммуникационной системы в современном мире.
3. Характеристика политической сферы общества как объекта анализа СМИ.
4. Коммуникации в сфере политики и власти.
5. Базовые информационно-коммуникационные системы в сфере политики.
6. Уровни политической коммуникации и их характеристика.
7. СМИ в системе массовой коммуникации.
8. Основные интерпретации категории "политическое сознание".
9. Роль политического сознания в развитии социальной системы.
10. Влияние психического состояния человека на его политическое сознание?
11. Основные функции политической идеологии в современном обществе.
12. Эволюция основных политических идеологий и факторы ее обусловившие.
13. Основные условия и предпосылки участия личности в политической жизни.
14. Механизм и каналы взаимодействия граждан и власти в современных западных странах.
15. Особенности связи гражданского общества и органов государственной власти в России.
16. Группы интересов и способы влияния на структуры власти и управления.
17. Критерии классификации групп интересов.
18. Методы, которые используют группы интересов для реализации своих целей.
19. Механизм мотивации политического поведения.
20. Формы и модели политического поведения.

21. Основные научные подходы к исследованию политического поведения.
22. Основные критерии типологизации форм политического поведения.
23. Особенности политического поведения в странах Запада и Востока.
24. Сущность и отличительные черты политической пропаганды.
25. Основные функции политической пропаганды.
26. Маркетинговые и немаркетинговые коммуникации.
27. Манипулятивные технологии пропагандистской деятельности.
28. Сущность и отличительные особенности агитации.
29. Основные агитационные технологии и их результативность.
30. Сущность и особенности политического манипулирования.
31. Средства манипуляции, используемые различными СМИ.
32. Нелегитимные политические технологии и практика их применения.
33. Современные методы борьбы с нелегитимным политическим манипулированием и их ограничения.
34. Какие манипулятивные техники используют современные печатные СМИ?
35. Особенности средств манипуляции, используемых на телевидении России.
36. Особенности и эффективность манипулятивных техник на радио на федеральном и региональном уровне.
37. Возможности и способы ограничения политического манипулирования современных СМИ.
38. Дайте характеристику нелегитимных политических технологий и раскройте особенности.
39. Принципы информационного лоббизма в современном мире.
40. Какие методы использует информационный лоббизм?
41. Особенности и технологии информационного терроризма.
42. Структура информационно-коммуникационной системы в сфере политики западных стран.
43. Процедура информационной кампании и особенности используемых технологий.
44. Сущность информационной безопасности и методы ее обеспечения.
45. Состояние и особенности современного российского медиа-рынка.
46. Механизм взаимодействия СМИ в России между властными структурами и другими субъектами политики.
47. Роль российского медиа-рынка в освещении важнейших событий политической жизни России.
48. Основные права и свободы граждан Российской Федерации и их значение для политического участия.
49. Состояние, особенности и тенденции регионального политического процесса в России.
50. Роль церкви в политической жизни России.
51. Деятельность СМИ по освещению избирательных кампаний России.
52. Специфика действия общественного мнения в формировании и функционировании политической системы современной России.
53. Специфика агитационно-пропагандистской деятельности в современной России.
54. Политический рынок в российском обществе.
55. Политическая реклама на современном информационно-политическом рынке.
56. Способы защиты от информационного терроризма.
57. Методы и техники изучения политической жизни.
58. Процедура анализа политической сферы общества.

7.1. Основная литература:

1. Амелин В.Н., Дегтярев А.А. Опыт развития прикладной политологии в России // Политические исследования. 1998. ♦ 3.

2. Дегтярев А.А. Предмет и структура политической науки // Вестник Московского университета. Сер. 12: "Политические науки". 1996. ♦ 4..
3. Журналист и информация: Учебное пособие / Под ред. С.Г. Корконосенко. -- СПб., 1994. -- 234 с.
4. Симонов К.В. Политический анализ. М., 2002.
5. Тертычный А. А. Аналитический инструментарий журналиста // Деловая пресса России: настоящее и будущее. -- М., 1999. -- 234 с.

7.2. Дополнительная литература:

1. Паршин П.Б., Сергеев В.М. Идеи и методы искусственного интеллекта в изучении политического мышления // Политические науки и НТР.- М.: Наука.- 1987.
2. Цимбурский В.Л. Военная доктрина СССР и России: осмысление понятий "угрозы" и "победы" во второй половине XX века.- М.: Российский научный фонд.- 1994.
3. Панарин А.С. Политология. Учебник.- М.: Проспект.- 1998.
4. Панарин А.С. Глобальное политическое прогнозирование. Учебник для студентов вузов.- М.: Эдиториал ЦССС.- 1999.
5. Панарин А.С. Политология. Учебник.- М.: Проспект.- 1999.
6. Нецадин А., Малютин М. 1999 год: попытка политического прогноза / Вопросы экономики, 1999, ♦ 3.
7. Арахменко А.С. Политическое прогнозирование на российском фоне // Вестник МГУ. Сер. 12, Политические науки, 1999, ♦ 1, с.28-42.
8. Бунин И., Макаренко Б. Политическое прогнозирование как искусство возможного. Опыт самоанализа // Независимая газета 10 декабря 2000.
9. Балуюев Д.Г. Введение в политический анализ.- Н.Новгород.- ННГУ.- 2000.
10. Панарин А.С. Политология. Западная и восточная традиции. Учебник для вузов.- М.: Книжный дом "Унипресс".- 2000.
11. Плейно Д., Рикс Р., Робин Х. Словарь политического анализа.- М.: Пьедестал.- 2000.
12. Бабосов Е.М. Прикладная социология. Учебное пособие.- М.: Тетра Система.- 2000.
13. Колесников Ю.С. Прикладная социология. Учебное пособие.- Ростов-на-Дону.: "Феникс".- 2001.
14. Соловьёв А.М. Политология. Политическая теория. Политические технологии. Гл. 21,23.- М.: Аспект Пресс.- 2002.
15. Туронок С.Г. Политический анализ. Курс лекций. - М.: Дело. - 2005
16. Морозова Е.Г. Политический рынок и политический маркетинг: концепции, модели, технологии. - М.: "Российская политическая энциклопедия" (РОССПЭН). - 1999.
17. Пушкарева Г.В. Политические коммуникации // Политическое обеспечение бизнеса: Учебное пособие/ Под ред. Ю.С. Коноплина. - М.: Изд-во МАИ. - 1995.
18. Мангейм Дж.Б., Рич Р.К. Политология. Методы исследования. - М.: Весь мир. - 1997.
19. Petak Z. Komparativne javne politike mogu li se usporedivati rezultati djelovanja vlada? // Polit. misao. - Zagreb, 2002. - G.39, br.1. - S.51-62.
1. Townshend J. Discourse theory and political analysis: a new paradigm from the Essex school // Brit. j. of politics and intern. Relations. - Oxford, 2003. - Vol.5. - ♦1. - P. 129-142.
2. Dudley G., Parsons W. Symposium: theories of the policy process // j. of Europ. publ. Policy - Oxford, 2000. - Vol.7. - ♦1. - P.122-162.
3. Pyetras Z.J. Hierarchia preferencji uczestnika stosunkow politycznych z punktu widzenia teorii-gier // Annales universitatis mariae curie-skłodowska: sect. Politopogia. - Lublin, 1999. - S.41-50.
4. Yazawa Masashi John Rawls. Political liberalism and its criticism: the search for stability, and its costs // Waseda j. of polit. science a. economics. - T., 2000. - ♦341. - P.367-418.

5. Gerhardt V. Politik ist mehr als die summe aus moral and recht // Merkur. - Stuttgart, 2000. - Jg.54. - h.3. - S.265-270.
6. Omori H. An inquiry into the score of the modern political rirticipation // Kioto, 1999. - T.145. - ♦6. - P.63-86.

7.3. Интернет-ресурсы:

Официальная Россия: Органы государственной власти РФ - www.gov.ru
Администрация Президента РФ - www.kremlin.ru
Государственная Дума Федерального Собрания РФ - www.duma.gov.ru
Институт права и публичной политики - www.ilpp.ru
Министерство иностранных дел РФ - www.mid.ru
Правительство Москвы - www.mos.ru
Правительство РФ - www.government.gov.ru
Система Гарант: Законодательство с комментариями - ww.garant.ru
Совет Федерации Федерального Собрания РФ - www.council.gov.ru
Центр стратегических разработок - www.csr.ru

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины/модуля согласно утвержденному учебному плану

Освоение дисциплины "Политическая аналитика в средствах массовой информации" 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.

Компьютерный класс, представляющий собой рабочее место преподавателя и не менее 15 рабочих мест студентов, включающих компьютерный стол, стул, персональный компьютер, лицензионное программное обеспечение. Каждый компьютер имеет широкополосный доступ в сеть Интернет. Все компьютеры подключены к корпоративной компьютерной сети КФУ и находятся в едином домене.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВПО и учебным планом по направлению 031300.68 "Журналистика" и магистерской программе Политическая проблематика .

Автор(ы):

Морозова Г.В. _____

"__" _____ 201__ г.

Рецензент(ы):

Идиатуллина К.С. _____

Беляев В.А. _____

"__" _____ 201__ г.