

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



УТВЕРЖДАЮ

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

_____ 20__ г.

Программа дисциплины

Государственное управление информационными процессами Б1.ДВ.2

Направление подготовки: 081100.62 - Государственное и муниципальное управление

Профиль подготовки: Коммуникации в государственном и муниципальном управлении

Квалификация выпускника: бакалавр

Форма обучения: очное

Язык обучения: русский

Автор(ы):

Леонтьева Л.С.

Рецензент(ы):

Ишкинеева Ф.Ф.

СОГЛАСОВАНО:

Заведующий(ая) кафедрой: Глебова И. С.

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

Учебно-методическая комиссия Института управления, экономики и финансов (отделение развития территорий):

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) доцент, к.н. (доцент) Леонтьева Л.С. кафедра государственного и муниципального управления Отделение развития территорий ,
LSLeonteva@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.ДВ.2 Гуманитарный, социальный и экономический" основной образовательной программы 081100.62 Государственное и муниципальное управление и относится к дисциплинам по выбору. Осваивается на 3 курсе, 5 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 зачет в 5 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	5	1	2	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	
2.	Тема 2. Массовая информационная сфера как объект управления	5	2	2	4	0	устный опрос
3.	Тема 3. Информационно-коммуникативная сущность власти	5	3	2	2	0	дискуссия
4.	Тема 4. Информационная политика в системе государственного управления	5	4	2	2	0	тестирование
5.	Тема 5. Менталитет и информационная политика: проблемы идентичности	5	5	2	2	0	коллоквиум
6.	Тема 6. Социальная реклама как фактор управления информационными процессами	5	5	2	2	0	творческое задание
7.	Тема 7. СМИ и МК как инструмент управления информационными процессами	5	6	2	2	0	устный опрос
8.	Тема 8. Свобода слова: философские основания, политологическое содержание и правовые основы	5	7	2	2	0	дискуссия
9.	Тема 9. Право на информацию: проблемы законодательного регулирования	5	8	2	2	0	устный опрос
10.	Тема 10. Нравственная саморегуляция СМИ. Проблема ответственности в журналистике	5	9	2	2	0	контрольная точка
11.	Тема 11. Государственная служба и СМИ как единая информационная система	5	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	5	12	2	2	0	реферат устный опрос
	Тема . Итоговая форма контроля	5		0	0	0	зачет
	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	Трудоёмкость (в часах)	Формы контроля самостоятельной работы
1.	Тема 1. Теоретические основы исследования информационных процессов	5	1	подготовка к устному опросу	4	устный опрос
2.	Тема 2. Массовая информационная сфера как объект управления	5	2	подготовка к устному опросу	6	устный опрос
3.	Тема 3. Информационно-коммуникативная сущность власти	5	3	подготовка по вопросам обсуждаемой темы	4	дискуссия
4.	Тема 4. Информационная политика в системе государственного управления	5	4	подготовка к тестированию	4	тестирование

№	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	5	5	подготовка к коллоквиуму	4	коллоквиум
6.	Тема 6. Социальная реклама как фактор управления информационными процессами	5	5	подготовка к творческому экзамену	4	творческое задание
7.	Тема 7. СМИ и МК как инструмент управления информационными процессами	5	6	подготовка к устному опросу	4	устный опрос
8.	Тема 8. Свобода слова: философские основания, политологическое содержание и правовые основы	5	7	подготовка по вопросам обсуждаемой темы	4	дискуссия
9.	Тема 9. Право на информацию: проблемы законодательного регулирования	5	8	подготовка к устному опросу	4	устный опрос
10.	Тема 10. Нравственная саморегуляция СМИ. Проблема ответственности в журналистике	5	9	подготовка к контрольной точке	4	контрольная точка
11.	Тема 11. Государственная служба и СМИ как единая информационная система	5	10	подготовка к устному опросу	8	устный опрос
12.	Тема 12. Государственная имиджевая политика как инструмент информационной деятельности государства	5	12	подготовка к реферату	2	реферат
				подготовка к устному опросу	2	устный опрос
Итого					54	

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. Дайте основные характеристики информационного общества. Чем характеризуются состояние и перспективы развития информационного общества в России? 2. Какова роль информации в управлении социальными процессами? 3. Обоснуйте правомерность выделения нового типа общественных отношений ? информационно-коммуникативных. 4. Каковы новые парадигмы исследования информационных процессов? 5. В чем заключается ?человекомерность? синергетического подхода? 6. В чем сущность мотивационного управления, его рациональной и эмоциональной сторон? 7. Влияет ли рефлексия/саморефлексия индивида и социума на параметры информационного поля? 8. Охарактеризуйте особенности проявления механизмов ?вытеснения? и ?сопротивления? в сфере взаимодействия ?сознательного? и ?бессознательного?. 9. Каковы тенденции трансформации информационного пространства на современном этапе строительства государственности в России?

Тема 2. Массовая информационная сфера как объект управления

устный опрос , примерные вопросы:

1. Каковы основные составляющие массового сознания? 2. Охарактеризуйте диалектический процесс массовизации и индивидуализации в современном обществе. 3. Что общего и в чем различия информации, мотивации и манипуляции как инструментов управления? 4. Существует ли проблема социальной защиты от манипулятивных воздействий, и каковы пути ее решения? 5. Какова природа политической и информационной власти? 6. В чем заключаются особенности циркуляции политической и информационной власти в социальной системе ?государство ? гражданское общество ? пресса?? 7. Что такое ?общественный идеал?? Существует ли он в современной России?

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:

Подготовить творческий проект социальной рекламы по выбранной студентом проблеме. В чем заключается специфика социальной миссии социальной рекламы? Каким образом социальные эффекты ее функционирования способны легитимировать власть?

Тема 7. СМИ и МК как инструмент управления информационными процессами

устный опрос , примерные вопросы:

1. Каковы функции СМИ в современном российском социально-политическом контексте? 2. Правомерно ли утверждение о СМИ как ?четвертой власти?? Обоснуйте Ваше мнение. 3. Какие социально-поведенческие конструкторы образуются в процессе взаимодействия гражданских структур, органов власти и СМИ? 4. Обоснуйте правомерность, либо неправомерность утверждений: ?СМИ - деструктивный субъект социально-политических отношений? и ?СМИ - организационная система для формирования гражданского общества?. 5. В чем заключается коммуникативно-психотерапевтическая функция журналистики? 6. Целесообразно ли развитие гуманистической концепции журналистики в условиях ?рыночных? отношений? 7. Правомерно ли говорить о кризисном состоянии политической, аналитической журналистики? 8. Каковы особенности взаимодействия социальной региональной среды и СМИ? 9. Охарактеризуйте экономические и политический аспекты информационного менеджмента.

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

дискуссия , примерные вопросы:

1. Что такое ?свобода? вообще и ?свобода слова? в частности? 2. Свобода и ответственность, свобода и необходимость, свобода и самоограничение. Прокомментируйте антиномичность этих пар категорий. 3. Как совместить независимость мнений с реальностью социальных ограничений?

Тема 9. Право на информацию: проблемы законодательного регулирования

устный опрос , примерные вопросы:

Структура информационного законодательства. ФЗ "О СМИ" 1991г. Какие пробелы в структуре информационного законодательства представляют существенную трудность для формирования эффективной информационной политики?

Тема 10. Нравственная саморегуляция СМИ. Проблема ответственности в журналистике

контрольная точка , примерные вопросы:

Какие ?мутации? характерны для профессиональной этики журналиста постперестроечного периода? Какие уровни саморегуляции СМИ можно выделить в варианте ?должного? функционирования масс-медиа? В чем заключается специфика современных общественно-государственных моделей саморегулирования СМИ? Как Вы считаете, может ли Общественный Совет по ТВ быть эффективным? Существует ли корреляция между информационной устойчивостью политической системы и ?общественным? качеством СМИ?

Тема 11. Государственная служба и СМИ как единая информационная система

устный опрос , примерные вопросы:

1. Согласны ли вы с трактовкой информации как важнейшего управленческого ресурса органов государственной власти? Обоснуйте ваше мнение. 2. Диапазон информационного воздействия на население - от информирования до манипулирования массовым сознанием. Каков информационный коридор? органов государственной власти? 3. Каковы основные методы информирования граждан через СМИ о действиях властных структур? Какие модели взаимодействия госслужбы ? СМИ ? общества наиболее эффективны? 4. Каковы основные направления информационной стратегии сотрудничества пресс-службы со СМИ? 5. Каковы основные ошибки в деятельности пресс-служб? 6. Выделите типичные социально-психологические причины позиционного конфликта госслужба-СМИ. 7. Какие публицистические средства используют СМИ для отстаивания властных приоритетов? В чем проявляется негативное воздействие позиционного конфликта на общество? 8. Требования открытости государственной службы общеизвестны. Можно ли утверждать наличие открытости и прозрачности российских СМИ?

Тема 12. Государственная имиджевая политика как инструмент информационной деятельности государства

реферат , примерные темы:

1. Власть: проблемы коммуникативной легитимности 2. Государственная информационная политика как составляющая модернизации государственной службы 3. Государственная информационная политика в области межэтнического взаимодействия 4. Государственная информационная политика в условиях информационно-психологической войны 5. Государственная служба и СМИ как единая информационная система 6. Государственная служба: коммуникативные проблемы реформирования 7. Государственное обеспечение информационной безопасности и СМИ 8. Государственное регулирование и саморегуляция российских СМИ 9. Деятельность пресс-службы как механизм согласования интересов общества и власти. 10. Имидж региона как информационно-коммуникативный ресурс управления 11. Интернет-активность как форма участия граждан в политической жизни России 12. Информационная политика в системе государственного управления 13. Информационно-аналитическое обеспечение государственной службы 14. Информационно-коммуникативная деятельность органов государственной власти 15. Информационно-коммуникативное управление системой социальной защиты населения 16. Информационные аспекты политической социализации молодежи 17. Менталитет и информационная политика: проблемы идентичности 18. Национальная идеология и информационная политика 19. Роль СМИ в становлении гражданской идентичности россиян 20. Роль СМИ в формировании имиджа власти и государства

устный опрос , примерные вопросы:

Коммуникативная природа имиджа власти. Уровни восприятия имиджа и методологические аспекты его изучения. Роль СМИ и в формировании имиджа власти и государства. В чем суть различия в понятиях ?имидж власти? и ?власть имиджа??

Тема . Итоговая форма контроля

Примерные вопросы к зачету:

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 модулы социальной коммуникации.

7.1. Основная литература:

- Другой в пространстве коммуникации, Автохутдинова, Ольга Федоровна; Бик-Булатов, Айрат Шамилович; Гарфеева, Эльвира Флюоровна; Шайхитдинова, Светлана Каимовна, 2007г.
- Основы теории коммуникации, Кашкин, Вячеслав Борисович, 2007г.
- Теория коммуникации в современной философии, Назарчук, Александр Викторович, 2009г.
- Основы межкультурной коммуникации, Головлева, Елена Леонидовна, 2008г.
- СМИ и власть в Китае: проблемы взаимодействия, Чжан Жун, 2011г.
- Пресса и власть: проблемы взаимодействия, Пузанова, Нина Николаевна, 2011г.
1. Сычев Ю.Н. Основы информационной безопасности: учебно-практическое пособие / Ю.Н. Сычев. - М.: Изд. цент ЕАОИ, 2010.- 328 с.
<http://www.bibliorossica.com/book.html?currBookId=6459>
 2. Информация и общественное мнение: От репортажа в СМИ к реальным переменам / Под ред. Румин Ислам; Пер. с англ. ? М.: Альпина Паблишерз, 2010. ? 293 с.
<http://www.bibliorossica.com/book.html?currBookId=9597>
 3. Душин, В. К. Теоретические основы информационных процессов и систем [Электронный ресурс] : Учебник / В. К. Душин. - 5-е изд. - М.: Издательско-торговая корпорация "Дашков и К-", 2014 <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=450784>

7.2. Дополнительная литература:

- Конструирование социальных проблем средствами массовой коммуникации, Ясавеев, Искэндэр Габдрахманович, 2004г.

Основы теории коммуникации, Кашкин, Вячеслав Борисович, 2007г.

Коммуникации государственного лидера и общества, Мисбахова, Чулпан Адиповна, 2008г.

Гражданские коммуникации и гражданское общество, Дзялошинский, Иосиф Михайлович, 2009г.

Учение Никласа Лумана о коммуникации, Назарчук, Александр Викторович, 2012г.

Социология массовой коммуникации, Науменко, Тамара Васильевна, 2005г.

1. Конструирование социальных проблем средствами массовой коммуникации, Ясавеев, Искэндэр Габдрахманович, 2004г.

2. Основы теории коммуникации, Кашкин, Вячеслав Борисович, 2007г.

3. Коммуникации государственного лидера и общества, Мисбахова, Чулпан Адиповна, 2008г.

4. Гражданские коммуникации и гражданское общество, Дзялошинский, Иосиф Михайлович, 2009г.

5. Учение Никласа Лумана о коммуникации, Назарчук, Александр Викторович, 2012г.

6. Социология массовой коммуникации, Науменко, Тамара Васильевна, 2005г.

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.mediacrata.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 081100.62 "Государственное и муниципальное управление" и профилю подготовки Коммуникации в государственном и муниципальном управлении .

Автор(ы):

Леонтьева Л.С. _____

"__" _____ 201__ г.

Рецензент(ы):

Ишкинеева Ф.Ф. _____

"__" _____ 201__ г.