

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
Федеральное государственное автономное учреждение  
высшего профессионального образования  
"Казанский (Приволжский) федеральный университет"  
Высшая школа журналистики и медиакоммуникаций



**УТВЕРЖДАЮ**

Проректор  
по образовательной деятельности КФУ  
Проф. Таюрский Д.А.

"\_\_" \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

**Программа дисциплины**

Средства массовой информации и политика на Западе и в России Б3.ДВ.4

Направление подготовки: 031600.62 - Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки: Реклама и связи с общественностью в политике

Квалификация выпускника: бакалавр

Форма обучения: очное

Язык обучения: русский

**Автор(ы):**

Лаптев В.В.

**Рецензент(ы):**

проф. Тайсина Э.А., проф. Идиатуллина К.С.

**СОГЛАСОВАНО:**

Заведующий(ая) кафедрой: Морозова Г. В.

Протокол заседания кафедры No \_\_\_\_ от "\_\_\_\_" \_\_\_\_\_ 201\_\_ г

Учебно-методическая комиссия Института социально-философских наук и массовых коммуникаций (Высшая школа журналистики и медиакоммуникаций):

Протокол заседания УМК No \_\_\_\_ от "\_\_\_\_" \_\_\_\_\_ 201\_\_ г

Регистрационный No

Казань  
2016

## 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) Лаптев В.В. Кафедра связей с общественностью и прикладной политологии Высшая школа журналистики и медиакоммуникаций, Valentin.Laptev@kpfu.ru

### 1. Цели освоения дисциплины

Целями освоения дисциплины являются расширение студентами теоретических и практических знаний в области управления информацией, процессов взаимодействия СМИ и политических институтов общества, а также институциональных особенностей данных процессов в России и зарубежных стран. Изучение данной дисциплины способствует повышению профессиональной компетентности PR-менеджера в сфере управления средствами массовой информации, производства новостей и информационно-психологического воздействия в массовых информационных процессах.

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

Данная учебная дисциплина включена в раздел " Б3.ДВ.4 Профессиональный" основной образовательной программы 031600.62 Реклама и связи с общественностью и относится к дисциплинам по выбору. Осваивается на 3, 4 курсах, 6, 7 семестры.

Данная учебная дисциплина включена в раздел Б3.ДВ.4. Цикл профессиональных дисциплин. Осваивается на третьем и четвертом курсах (6-7 семестр)

Для ее изучения необходимы знания, полученные в рамках дисциплины "Социология массовых коммуникаций", "Управление информацией и конструирование новостей".

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

В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции:

Шифр компетенции	Расшифровка приобретаемой компетенции
ок-12	владеет основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации, имеет навыки работы с компьютером как средством управления информацией
ОК-6 (общекультурные компетенции)	стремлением к саморазвитию, повышению своей квалификации и мастерства
ПК-1 (профессиональные компетенции)	способен осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в государственных, общественных, коммерческих структурах, средствах массовой информации, в социальной сфере, сфере политики, экономики, производства, торговли, науки, культуры, спорта
ПК-12 (профессиональные компетенции)	способен реализовывать знания в области рекламы и связей с общественностью как сферы профессиональной деятельности

В результате освоения дисциплины студент:

1. должен знать:

- основы медиаполитики и закономерности ее развития на Западе и в России;
- особенности становления и развития политической журналистики в России и на Западе;

- особенности развития медиаинститутов в России и странах Запада;

2. должен уметь:

- ориентироваться в проблемах воздействия новых технологий СМИ на развитие политических институтов;
- анализировать СМИ в контексте репрезентации общественно-политических проблем;

3. должен владеть:

- знаниями в области критериев ценности и качества информации репрезентируемой СМИ;
- теоретическими и практическими навыками анализа современной западной и российской медиаполитики.

применять полученные знания на практике

#### 4. Структура и содержание дисциплины/ модуля

Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 зачетных(ые) единиц(ы) 180 часа(ов).

Форма промежуточного контроля дисциплины зачет в 6 семестре; зачет в 7 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. Управление информацией как источник политической власти	6	1-2	4	4	0	
2.	Тема 2. Новые технологии в СМИ и политические институты	6	3-4	4	4	0	
3.	Тема 3. Медиаполитика на Западе и в современной России	6	5-6	4	4	0	

N	Раздел Дисциплины/ Модуля	Семестр	Неделя семестра	Виды и часы аудиторной работы, их трудоемкость (в часах)			Текущие формы контроля
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	
4.	Тема 4. Развитие медиаинститутов на Западе и в России	6	7-8	4	6	0	
5.	Тема 5. Воздействие СМИ на общество: новые теоретические подходы	7	1-2	4	4	0	
6.	Тема 6. СМИ и репрезентация общественно-политических проблем	7	3-5	6	6	0	
7.	Тема 7. Качество информации в социально-политическом контексте	7	6-7	4	4	0	
8.	Тема 8. Политическая журналистика в России и на Западе	7	8-9	4	4	0	
	Тема . Итоговая форма контроля	6		0	0	0	зачет
	Тема . Итоговая форма контроля	7		0	0	0	зачет
	Итого			34	36	0	

## 4.2 Содержание дисциплины

### Тема 1. Управление информацией как источник политической власти

#### **лекционное занятие (4 часа(ов)):**

Сущность "культуры продвижения" и ее влияние на политическую коммуникацию. Роль "культуры продвижения" и PR в общественно-политических процессах. Информация и стратегии СМИ. Основные ресурсы продвижения в современном обществе. Стратегии продвижения: лоббирование и СМИ. Открытая и закрытая государственная политика. Медиафакторы и их воздействие на стратегии продвижения политической информации.

#### **практическое занятие (4 часа(ов)):**

1. Что включает в себя понятие ?культура продвижения?? 2. Какие виды ресурсов продвижения Вы знаете? 3. Какую роль играет лоббизм в процессе политической коммуникации? 1. Какие виды лоббистской деятельности Вам известны? 2. В чем заключается сходство пиар-деятельности и лоббизма? 3. В чем заключается специфика джиар-деятельности? 4. Какую роль масс-медиа оказывают на стратегии продвижения политической информации?

### Тема 2. Новые технологии в СМИ и политические институты

#### **лекционное занятие (4 часа(ов)):**

Воздействие новых информационных и коммуникационных технологий (НИКТ) на печатные и вещательные СМИ. Новые технологии и медиаиндустрия: новые структуры и виды деятельности. Новые технологии и содержание работы СМИ. Политические институты и новые медиатехнологии: "медиаатизация" политики. Новые информационные и коммуникационные технологии и развитие демократических институтов.

#### **практическое занятие (4 часа(ов)):**

1. Что такое дигитализация СМИ? 2. В чем суть процесса конвергенции в современных масс-медиа? 3. Какое влияние оказывает конвергенция на журналистскую деятельность? 4. Перечислите основные бизнес-модели онлайн-СМИ.
1. Что такое "социальные медиа"? 2. Что такое "телекратия"? 3. Каковы особенности современной "кибердемократии"?

### **Тема 3. Медиapolитика на Западе и в современной России**

#### **лекционное занятие (4 часа(ов)):**

Общественно-политические факторы развития медиатехнологий. Понятие и сущность медиapolитики. Цели медиapolитики. Выработка медиapolитики в условиях демократии. Медиapolитика и коммуникационные права граждан. Закономерности выработки медиapolитики в России и странах Запада.

#### **практическое занятие (4 часа(ов)):**

1. Что такое "медиapolитика"? 2. Каковы задачи и цель медиapolитики? 3. Каковы особенности выработки медиapolитики в условиях демократии? 1. Каковы основные особенности североатлантической масс-медийной модели? 2. В чем суть корпоративистской медиapolитической модели? 3. Перечислите особенности российской модели медиapolитики.

### **Тема 4. Развитие медиаинститутов на Западе и в России**

#### **лекционное занятие (4 часа(ов)):**

Национальные модели СМИ в Европе, Америке и России: исторические особенности развития. Интеграционная модель вещания. Модель "монополии частного сектора". Модель "двоевластия". Особенности российской модели вещания. Современные тенденции развития медиаинститутов: денационализация и приватизация вещания, приватизация функций, демонополизация, организационная приватизация.

#### **практическое занятие (6 часа(ов)):**

1. Каковы исторические особенности развития национальных СМИ в США и Европе? 2. Что такое "интеграционная модель вещания"? 3. Какие особенности присущи модели "монополии частного сектора"? 1. Перечислите особенности российской модели вещания. 2. Что представляют собой денационализация и приватизация вещания? 3. Что такое демонополизация вещания?

### **Тема 5. Воздействие СМИ на общество: новые теоретические подходы**

#### **лекционное занятие (4 часа(ов)):**

Проблема воздействия СМИ на общественное поведение: традиционные модели и новая теоретическая перспектива. Джалли и Льюис: исследование Шоу Козби. Исследование политики (Гамсон). Корнер, Ричардсон и Фентон: исследование ядерной энергии (реакция аудитории). Исследование реакции аудитории в работах Медиагруппы Университета Глазго

#### **практическое занятие (4 часа(ов)):**

1. Исследования каких ученых, посвященные проблеме воздействия СМИ на общество, Вы знаете? 2. Какой проблеме были посвящены исследования Джалли и Льюиса? 3. К каким выводам по результатам исследования пришел Гамсон? 1. Что такое "новость"? 2. Перечислите этапы развития новости. 3. Что такое "гейткипинг" в процессе новостного производства? 4. К каким выводам по результатам исследования пришли представители Медиагруппы Глазго?

### **Тема 6. СМИ и репрезентация общественно-политических проблем**

#### **лекционное занятие (6 часа(ов)):**

Понятия "идеология" и "дискурс" в массмедиа. Социальные классы и их характеристики в медиатекстах. Проблемы рас и этничности в массмедиа: "конструирование" этносов. Национальная идентичность и массмедиа в России и странах Запада. Гендер и сексуальность в медиатекстах. Репрезентация политических проблем в текстах массмедиа: российская и зарубежная практика.

#### **практическое занятие (6 часа(ов)):**

1. Какую роль играет понятие ?дискурс? в массмедиа? 2. В чем заключаются основные особенности репрезентации социальных классов в современных СМИ? 3. Какую роль играют проблемы расы и этничности в массмедиа? 1. Национальная идентичность и массмедиа в России и странах Запада. 2. Гендер и сексуальность в медиатекстах. 3. Репрезентация политических проблем в текстах массмедиа: российская и зарубежная практика.

### **Тема 7. Качество информации в социально-политическом контексте**

#### **лекционное занятие (4 часа(ов)):**

Новостной потенциал события и критерии новостной информации. Категории новостей. Объективность информации. Качество информации и организация СМИ. Качество информации и социально-политический контекст. Новостное изображение событий как отражение взглядов политической и экономической элиты (С. Холл). Новость как предмет торга элит.

#### **практическое занятие (4 часа(ов)):**

1. Каковы основные критерии оценки качества информации в современных СМИ? 2. Перечислите основные категории новостей. 3. Какое значение играет проблема социальной ответственности в современных СМИ? 1. В чем заключается идеологический аспект деятельности СМИ, согласно представлениям С. Холла? 2. Каковы механизмы воздействия политических элит на формирование повестки дня в СМИ? 3. Как раскрывается проблема объективности новостной информации в современных массмедиа?

### **Тема 8. Политическая журналистика в России и на Западе**

#### **лекционное занятие (4 часа(ов)):**

Понятие "политический журналист". Категории зарубежной политической журналистики: парламентские репортеры, политические корреспонденты, ведущие политических колонок, скетчрайтеры, специальные корреспонденты, радиотелевизионные журналисты. Особенности политической журналистики в современной России. Структуры политического вещания: парламентские и политические программы, программы последних известий и анализа текущих проблем. PR-специалисты и СМИ.

#### **практическое занятие (4 часа(ов)):**

1. Дайте определение понятию ?политическая журналистика?. 2. Какие категории политической журналистики Вы знаете? 3. Каковы особенности политической журналистики в современной России?

## **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. Управление информацией как источник политической власти	6	1-2	подготовка к устному опросу	10	устный опрос
2.	Тема 2. Новые технологии в СМИ и политические институты	6	3-4	подготовка к устному опросу	10	устный опрос
3.	Тема 3. Медиаполитика на Западе и в современной России	6	5-6	подготовка эссе	8	проверка эссе
4.	Тема 4. Развитие медиаинститутов на Западе и в России	6	7-8	подготовка к контрольной работе по темам 1 - 4	10	проверка работ

№	Раздел Дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды самостоятельной работы студентов	Трудоемкость (в часах)	Формы контроля самостоятельной работы
5.	Тема 5. Воздействие СМИ на общество: новые теоретические подходы	7	1-2	подготовка к устному опросу	10	устный опрос
				подготовка эссе	10	проверка эссе
6.	Тема 6. СМИ и репрезентация общественно-политических проблем	7	3-5	подготовка к устному опросу	18	устный опрос
7.	Тема 7. Качество информации в социально-политическом контексте	7	6-7	подготовка эссе	18	проверка эссе
8.	Тема 8. Политическая журналистика в России и на Западе	7	8-9	подготовка к контрольной работе по темам 5 - 8	16	проверка работ
Итого					110	

## 5. Образовательные технологии, включая интерактивные формы обучения

Освоение дисциплины "Средства массовой информации на Западе и в России" предполагает использование как традиционных (лекции, семинарские занятия с использованием методических материалов), так и инновационных образовательных технологий с использованием в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий: разбор кейсов, выполнение ряда практических заданий с использованием профессиональных программных средств создания и ведения электронных баз данных; мультимедийных программ, включающих подготовку и выступления студентов на семинарских занятиях с фото-, аудио- и видеоматериалами по предложенной тематике.

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

### Тема 1. Управление информацией как источник политической власти

устный опрос, примерные вопросы:

Стратегии продвижения: лоббирование и СМИ. Открытая и закрытая государственная политика. Медиафакторы и их воздействие на стратегии продвижения политической информации.

### Тема 2. Новые технологии в СМИ и политические институты

устный опрос, примерные вопросы:

Воздействие новых информационных и коммуникационных технологий (НИКТ) на печатные и вещательные СМИ. Новые технологии и медиаиндустрия: новые структуры и виды деятельности. Новые технологии и содержание работы СМИ.

### Тема 3. Медиаполитика на Западе и в современной России

проверка эссе, примерные темы:

Эссе на тему Медиаполитика на Западе и в современной России: сравнительный анализ

### Тема 4. Развитие медиаинститутов на Западе и в России

проверка работ, примерные вопросы:



Контрольная работа предполагает развернутые ответы на вопросы по материалам лекций (темы 1-4)

### **Тема 5. Воздействие СМИ на общество: новые теоретические подходы**

проверка эссе, примерные темы:

Эссе на тему Воздействие СМИ на общество

устный опрос, примерные вопросы:

Проблема воздействия СМИ на общественное поведение Джалли и Льюис: исследование Шоу Козби. Исследование политики (Гамсон). Исследование реакции аудитории в работах Медиагруппы Университета Глазго.

### **Тема 6. СМИ и репрезентация общественно-политических проблем**

устный опрос, примерные вопросы:

Проблемы рас и этничности в массмедиа: ?конструирование? этносов. Национальная идентичность и массмедиа в России и странах Запада. Гендер и сексуальность в медиатекстах. Репрезентация политических проблем в текстах массмедиа: российская и зарубежная практика.

### **Тема 7. Качество информации в социально-политическом контексте**

проверка эссе, примерные темы:

Эссе на тему Качество информации в социально-политическом контексте

### **Тема 8. Политическая журналистика в России и на Западе**

проверка работ, примерные вопросы:

Контрольная работа предполагает развернутые ответы на вопросы по материалам лекций (темы 5-8)

### **Тема . Итоговая форма контроля**

### **Тема . Итоговая форма контроля**

Примерные вопросы к зачету:

САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА СТУДЕНТОВ (СРС) включает следующие виды работ:

- изучение теоретического лекционного материала;
- проработка теоретического материала (конспекты лекций, основная и дополнительная литература);
- подготовка к семинарским занятиям и контрольным работам.

вопросы к зачету

1. Политическая коммуникация: понятие и виды.
2. Сущность "культуры продвижения".
3. Стратегии продвижения: лоббирование и СМИ.
4. Информация и стратегии СМИ.
5. Открытая и закрытая государственная политика.
6. "Медиатизация" политики.
7. Новые технологии и медиаиндустрия: новые структуры и виды деятельности.
8. Политические институты и новые медиатехнологии.
9. Новые информационные и коммуникационные технологии и развитие демократических институтов.
10. Понятие и сущность медиаполитики.
11. Выработка медиаполитики в условиях демократии.
12. Медиаполитика и коммуникационные права граждан.
13. Медиаполитика в России
14. Медиаполитика в странах Запада.
15. Интеграционная модель вещания.

16. Модель "монополии частного сектора".
17. Модель "двоевластия".
18. Джалли и Льюис: исследование Шоу Козби.
19. Особенности российской модели вещания.
20. Исследование политики (Гамсон).
21. Современные тенденции развития медиаинститутов.
22. Исследование реакции аудитории в работах Медиагруппы Университета Глазго.
23. Корнер, Ричардсон и Фентон: исследование ядерной энергии (реакция аудитории).
24. Проблема воздействия СМИ на общественное поведение.
25. Понятия "идеология" и "дискурс" в массмедиа.
26. Социальные классы и их характеристики в медиатекстах.
27. Проблемы рас и этничности в массмедиа.
28. Национальная идентичность и массмедиа.
29. Гендер и сексуальность в медиатекстах.
30. Репрезентация политических проблем в текстах массмедиа.
31. Новостной потенциал события и критерии новостной информации.
32. Категории новостей.
33. Качество информации и социально-политический контекст.
34. Новость как предмет торга элит.
35. Политическая журналистика в современной России.
36. Категории зарубежной политической журналистики.

### 7.1. Основная литература:

1. Бузин В.Н. , Шарков Ф.И. Интегрированные коммуникации: массовые коммуникации и медиапланирование. Москва Дашков и К-, 2012.  
<http://www.bibliorossica.com/book.html?currBookId=7793>
2. Гостенина Валентина Ивановна, Киселев Александр Георгиевич. Социология массовой коммуникации: Учебник. 2. Москва Альфа-М Москва ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2013. <http://znanium.com/go.php?id=404699>
3. Теория и практика массовой информации: Учебник / А.А. Марков, О.И. Молчанова, Н.В. Полякова. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 252 с.: 60x90 1/16. - (Высшее образование: Бакалавриат). ISBN 978-5-16-006505-2, 500 экз. электронная библиотечная система "ZNANIUM.COM" <http://znanium.com/bookread.php?book=394706>

### 7.2. Дополнительная литература:

1. Основы теории коммуникации: Учебное пособие / Е.А. Кожемякин. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 189 с.: 60x90 1/16. - (Высшее образование: Бакалавриат). (переплет) ISBN 978-5-16-006584-7, 500 экз. электронная библиотечная система 'ZNANIUM.COM' <http://znanium.com/bookread.php?book=398446>
2. Бузин В. Н. Медиапланирование. Теория и практика [Электронный ресурс] : учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям 'Реклама', 'Маркетинг', 'Психология', 'Социология', 'Журналистика' / В. Н. Бузин, Т. С. Бузина. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2012. - 495 с. - Режим доступа <http://znanium.com/bookread2.php?book=391919>
3. Гундарин Михаил Вячеславович. Теория и практика связей с общественностью: основы медиа-релейшнз: Учебное пособие. Москва Издательство 'ФОРУМ', 2011.  
[znanium.com/go.php?id=243837](http://znanium.com/go.php?id=243837)

### **7.3. Интернет-ресурсы:**

Профессиональный научно-популярный журнал "PR-Диалог" - <http://www.pr-dialog.com>

Профессиональный портал для специалистов по связям с общественностью - <http://www.sovetnik.ru/>

Российская ассоциация по связям с общественностью - <http://www.raso.ru/>

Тематический портал, посвященный рекламе, маркетингу, PR. - <http://www.advertology.ru/>

Фонд общественного мнения (ФОМ) - <http://www.fom.ru>

### **8. Материально-техническое обеспечение дисциплины(модуля)**

Освоение дисциплины "Средства массовой информации и политика на Западе и в России" предполагает использование следующего материально-технического обеспечения:

1. Лекционная аудитория с мультимедиапроектором, компьютером и настенным экраном.
2. Аудитория для практических занятий. Имеется следующее оборудование: компьютеры, подключенные к сети Интернет.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВПО и учебным планом по направлению 031600.62 "Реклама и связи с общественностью" и профилю подготовки Реклама и связи с общественностью в политике .

Автор(ы):

Лаптев В.В. \_\_\_\_\_

"\_\_" \_\_\_\_\_ 201\_\_ г.

Рецензент(ы):

проф. Тайсина Э.А., проф. Идиатуллина К.С. \_\_\_\_\_

"\_\_" \_\_\_\_\_ 201\_\_ г.